

Berlin  
Zürich  
Luzern  
München  
Frankfurt  
Köln  
London  
Shanghai  
Davos  
Hamburg  
Boston

**General Management**  
**Strategisches Management**  
**Marketing & Vertrieb**  
**Finanzen & Controlling**



**BOSTON BUSINESS SCHOOL**  
**MANAGEMENT**

August 2016 – Dezember 2017

**2016|2017**  
SEMINARPROGRAMM

# THE BOSTON BUSINESS SCHOOL ADVANTAGE

[www.bostonprograms.com](http://www.bostonprograms.com)



European Headquarters  
Klausstrasse 43  
CH-8008 Zürich

Telefon +41 (0)43 499 40 20  
Telefax +41 (0)43 499 40 21  
[info@bostonprograms.com](mailto:info@bostonprograms.com)  
[www.bostonprograms.com](http://www.bostonprograms.com)

# Inhalt

## 3 Inhaltsverzeichnis

### GENERAL MANAGEMENT

- 4 Boston General Management Programm
- 6 CEO & Executive Seminar
- 8 General Management Seminar
- 10 Intensiv-Seminar Betriebswirtschaft & Management

### TALENT DEVELOPMENT, FÖRDERPROGRAMME

- 11 Boston Betriebswirtschaftslehrgang
- 12 Boston Mini-MBA Programm
- 14 General Management Programm für den Führungsnachwuchs
- 16 Boston High Potentials Programm

### STRATEGISCHES MANAGEMENT, WACHSTUM & UMSETZUNG

- 18 Strategie Exzellenz für Führungskräfte
- 20 Designing & Executing Strategy (Deutsch)
- 21 Making Strategy Work – Effektive Implementierung

### MARKETING, VERTRIEB & VERKAUF

- 22 Marketing Seminar für Führungskräfte
- 24 Boston Marketing- & Vertriebsprogramm
- 25 Verkauf- & Vertriebsmanagement Seminar
- 26 Strategisches Vertriebsmanagement

### FINANZEN & CONTROLLING

- 27 Finanzkompetenz & Controlling
- 28 Finanzmanagement Seminar für Executives
- 30 Controlling als Führungsaufgabe

## 31 Administration/Anmeldekarte

# Boston General Management Programm

Dieses 5+4-tägige Programm vermittelt umfassende Kenntnisse über modernes, wirkungsvolles Management. Es richtet sich an Führungskräfte die Weichen richtig stellen und mit engagierten Mitarbeitern hohe Ziele erreichen wollen.

## KONZEPT

Das Boston General Management Programm verstärkt die Kompetenz als ergebnisverantwortliche Führungskraft. Wenn Sie bereits in einer General Management Funktion sind, erkennen Sie die Gründe Ihres bisherigen Erfolgs, aber auch die Optimierungspotenziale als Strategie, Leader, Macher. Wenn Sie in eine General Management Funktion aufsteigen werden, so schaffen Sie die dafür notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse.

Teil 1 beinhaltet die wesentlichen Themen der Unternehmensführung. Teil 2 konzentriert sich auf die Aspekte der Mitarbeiterführung und des Leadership. So lernen die Teilnehmer/innen, den Erfolg konzeptionell zu planen und die Konzepte dank Leadership und Führungsqualität auch umzusetzen.

## NUTZEN

Wenn Sie dieses Programm durchlaufen haben,

- haben Sie aktuellstes Wissen und praktische Impulse zu den wichtigsten Themen des modernen General Managements erhalten
- kennen Sie die Konzepte und Methoden, die den Erfolg Ihres Verantwortungsbereiches nachhaltig sicherstellen
- haben Sie in einem hochkarätigen Teilnehmerkreis neue Ideen und Best Practices zur ganzheitlichen Führung erhalten
- haben Sie ihre eigenen Führungskonzepte und Verhaltensweisen auf den Prüfstand gestellt und Optimierungspotenziale erkannt

## ZIELGRUPPE

- General Manager, Mitglieder der Geschäftsleitung
- Geschäftsführer, Leiter von Bereichen, Geschäftsfeldern, Profit Centers und Abteilungen
- Verantwortliche und Manager bedeutender Zentralfunktionen
- Führungskräfte mit langer Führungsverantwortung
- Führungskräfte und Spezialisten mit umfassender Erfahrung, die in eine General Management Funktion aufsteigen wollen

## THEMENSCHWERPUNKTE

### General Management

- Unternehmerische Verantwortung
- Rolle, Verantwortung und Führungsanspruch
- Das Boston-Modell der resultatorientierten Führung
- Die Kreation des persönlichen Führungsmodells

### Leitplanken und Unternehmensentwicklung

- Die Unternehmensstrategie
- Leitplanken als Weichenstellung seitens der Eigner
- Den strategischen Korridor definieren
- Zusammenarbeit zwischen Executive Board, CEO und Management

### Die Bedeutung von Unternehmenszielen

- Der strategisch richtige Zeithorizont
- Das Zielsystem des General Managers
- Ziele zur Optimierung des Kerngeschäfts
- Ziele zum Markterfolg mit Innovationen
- Ziele zum Einstieg in neue Geschäftsmöglichkeiten

### Die richtigen Resultate definieren

- Unternehmenswert und Börsenkapitalisierung
- «Innovations-Pipeline»
- Marktanteilsentwicklung
- Kundenzufriedenheit und Qualität
- Effizienz und Kostenposition
- Kernkompetenzen und Wissensposition

### Strategisches Management

- Der Prozess des strategischen Managements: Strategische Analysen, strategische Optionen, Formulierung präziser Strategien, Priorisierung und Portfolio-Management
- Rentabel wachsen, Kampf um Marktanteile
- Innovationsstrategien, Erschließung neuer Zielgruppen
- Aufbau neuer Märkte
- Strategien der Kostenführerschaft, Spezialisierung, Differenzierung und Nischenstrategie
- Wachstum durch Fusion und Akquisition
- Fokussierung, In- oder Outsourcing

### Marketing-Management

- Was bedeutet Kundennähe wirklich – speziell auch unter Berücksichtigung neuer Technologien und von Social Media?
- Wie muss das Branding erfolgen?
- Was heisst «Integrierte Kommunikation»?

### Innovations-Management

- Wie lauten die Gesetze eines erfolgreichen Innovations-Managements?
- Wie müssen Neugeschäfte positioniert und der Markteintritt optimal gesteuert werden?

### Strukturen und Prozesse

Strukturen und Prozesse haben eines gemeinsam: Sie gehören zu den wichtigsten «Spielregeln» eines Unternehmens. Deswegen sind sie auch bewusst zu gestalten und einzusetzen.

- Kundennahe Organisationsstrukturen
- Geschäftsprozesse, die qualitäts- und zeitbasierte Strategien umsetzen helfen
- Anreizsysteme, die zu Spitzenleistungen motivieren

### Information Technology, Digital Business und Internet

Durch IT, Industrie 4.0 und Internet verlieren klassische Wettbewerbsfaktoren an Bedeutung. Wettbewerb wird immer mehr zum Zeitwettbewerb. Nicht mehr Grösse oder Kosten allein zählen, noch wichtiger sind Flexibilität und Schnelligkeit. Time-to-Market wird entscheidend.

### Finanz-Management

Wohl in kaum einem Wissensbereich gab es in den letzten Jahren so viele Veränderungen wie im Finanz-Management. Und nicht alles, was in den letzten Jahren empfohlen wurde, hat sich bewährt. Geht das Denken heute immer noch in Richtung Rendite statt Cash Flow, Börsenkapitalisierung bzw. Unternehmenswert statt Jahresgewinn, Stock Options oder Beteiligung am Geschäftswert statt klassischer Bonusmodelle? Wer für finanzielle Ergebnisse Verantwortung trägt, muss neue Konzepte des Finanz-Managements kennen und anwenden können. Wir zeigen wie.

### Leadership und Resultatorientierung

Andere für gemeinsame Ziele begeistern. Visionen vermitteln, daraus ehrgeizige Ziele ableiten und sicherstellen, dass das Feuer der Begeisterung im Geschäftsalltag nicht erlischt. Selbst Impulse geben. Überzeugen, machen, unterstützen, selbst Hand anlegen, wo nötig. Mensch und Vorbild sein. Und bei all dem nie aus den Augen verlieren, was zählt: Resultate. Wir zeigen, wie Leaderqualitäten entwickelt und vertieft werden.

### Führungsverhalten und Kommunikation

Wer neue Strategien und Konzepte umsetzen will, muss meist Einstellungen, Gewohnheiten und Verhalten von Mitarbeitern und Kollegen verändern. Wie alle wissen: ein schwieriges Unterfangen. Change Management beginnt beim richtigen Führungsverhalten und bei zielgerichteter Kommunikation. Anhand vieler Beispiele zeigen wir, worauf es ankommt.

«Das Programm besticht durch die Praxiserfahrung der Referenten, deren topaktuelles Wissen und den vielen Diskussionen mit den anderen Teilnehmern. Sehr gute Mischung aus Praxis und Theorie!»  
Henning Gulden, Datev e.V.

«Vermittlung von praxisrelevanten Themen auf hohem Niveau.»

Thomas Schneider, Norske Skog Walsum GmbH

## Daten

### SEMINARSPRACHE DEUTSCH

B2146	1. Teil:	17. – 21.10. 2016	Hamburg
	2. Teil:	07. – 10.11. 2016	Frankfurt
B2156	1. Teil:	17. – 21.10. 2016	Hamburg
	2. Teil:	28.11. – 01.12. 2016	Berlin
B2166	1. Teil:	17. – 21.10. 2016	Hamburg
	2. Teil:	13. – 16.02. 2017	Davos
B2176	1. Teil:	17. – 21.10. 2016	Hamburg
	2. Teil:	08. – 11.05. 2017	Tegernsee
B2117	1. Teil:	13. – 17.03. 2017	Berlin
	2. Teil:	08. – 11.05. 2017	Tegernsee
B2127	1. Teil:	13. – 17.03. 2017	Berlin
	2. Teil:	04. – 07.09. 2017	Köln
B2137	1. Teil:	28.08. – 01.09. 2017	Tegernsee
	2. Teil:	04. – 07.09. 2017	Köln
B2147	1. Teil:	28.08. – 01.09. 2017	Tegernsee
	2. Teil:	23. – 26.10. 2017	Berlin
B2157	1. Teil:	23. – 27.10. 2017	Hamburg
	2. Teil:	04. – 07.12. 2017	Berlin

Seminardauer: **9 Tage**

Seminargebühr: **EUR 7.900.– | CHF 8.700.–**

### SEMINARSPRACHE ENGLISCH

B2146-E	1. Teil:	26. – 30.09. 2016	Boston
	2. Teil:	03. – 06.10. 2016	Boston
B2156-E	1. Teil:	26. – 30.09. 2016	Boston
	2. Teil:	05. – 08.12. 2016	Brunnen
B2117-E	1. Teil:	20. – 24.02. 2017	Berlin
	2. Teil:	08. – 11.05. 2017	Luzern
B2127-E	1. Teil:	19. – 23.06. 2017	Luzern
	2. Teil:	20. – 23.11. 2017	Davos
B2137-E	1. Teil:	16. – 20.10. 2017	Boston
	2. Teil:	20. – 23.11. 2017	Davos

Seminardauer: **9 Tage**

Seminargebühr: **EUR 7.900.– | CHF 8.700.–**

Auf Wunsch können Sie den 1. Teil und 2. Teil individuell kombinieren: Zum Beispiel 1. Teil im Sommer und 2. Teil im Herbst oder Folgejahr.

### INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# CEO & Executive Seminar

**Aktuellstes Wissen und wertvolle Impulse zur erfolgsorientierten Steuerung moderner Organisationen: das bietet dieses kompakte 4-tägige Seminar für Entscheider. Fundiert, praxisnah, resultatorientiert.**

## KONZEPT

Wie sieht zukunftsfähiges Management aus? Die Dynamisierung der Märkte, wachsende Komplexität, neue Medien und Vertriebskanäle, sich wandelnde Rahmenbedingungen und vieles mehr stellen Unternehmungen ständig vor neue Herausforderungen. Ihnen erfolgreich zu begegnen und die eigene Position am Markt auch in Zukunft zu behaupten oder sogar zu verbessern: das erfordert mehr als nur solides Management-Handwerk. Gefragt ist ein vertieftes Verständnis der Unternehmung als dynamisches Ganzes. Fundiertes Wissen um die Erfolgsfaktoren moderner Unternehmensführung. Die Fähigkeit, Visionen zu entwickeln, sie in tragfähige Konzepte zu übersetzen und diese ohne Reibungsverluste zu implementieren. Dazu gehört nicht zuletzt der souveräne Einsatz der richtigen Methoden und Tools.

Wie Sie Ihr Unternehmen heute schon fit für morgen machen: darum geht es in unserem 4-tägigen CEO & Executive Seminar. Wir zeigen die drei Ebenen erfolgreicher Führung:

- Strategische Überlegenheit
- Exzellenz im Kerngeschäft
- Erfolg dank wertsteigerndem Management

Das Intensiv-Seminar wendet sich an Führungskräfte mit Verantwortung für Unternehmen oder wichtige Teilbereiche einer Unternehmung oder Institution. Es eignet sich auch für Manager, die sich auf eine Aufgabe mit zunehmender Verantwortung vorbereiten wollen. Profitieren Sie vier Tage lang von konzentriertem Wissenstransfer mit direktem Praxisbezug unter dem Motto: Vom Konzept zum Resultat.

## ZIELGRUPPE

- CEOs, C-Level-Führungskräfte, Direktoren, Vorstände
- Unternehmer, Gesellschafter, Partner
- Führungskräfte des Executive Managements
- Geschäftsführer, General Manager, Mitglieder der Geschäftsleitung
- Führungskräfte, die sich auf eine bedeutende neue Funktion vorbereiten wollen

## NUTZEN

- Erstklassige, erfahrene Dozenten vermitteln aktuelles Wissen zur ganzheitlichen, wertorientierten Unternehmensführung aus CEO-, Unternehmer- und Top-Management-Perspektive
- Sie nehmen eine umfassende, detaillierte Bestandsaufnahme Ihrer Organisation vor: Wie ist der Status Quo? Wie soll die Zukunft aussehen? Was können und müssen Sie tun, um diese Ziele zu erreichen?
- Sie erhalten wertvolle Impulse zur strategischen Weichenstellung und nehmen verwertbare Ideen für alle Bereiche des Executive Managements mit nach Hause
- Beispiele, Best Practices und gesteuerter, moderierter Erfahrungsaustausch garantieren grösste Praxisnähe und optimalen Nutzen.

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Wirkungsvolles Management

- Empirische Gesetzmässigkeiten für unternehmerischen Erfolg
- Anforderungen an wirkungsvolles Management
- Resultate im Zentrum des Denkens und Handelns
- Vom Konzept zur Tat: Die verstärkende Wirkung eines gelebten Management-Modells

### Erfolgsfaktoren für strategische Überlegenheit

- Das Erkennen zukünftiger Märkte, Wettbewerbs-Konfigurationen und Erfolgsvoraussetzungen
- Die Fähigkeit, rentable Marktpositionen für die Zukunft aufzubauen
- Die Kunst, Geschäftspotenziale zu nutzen, zu pflegen und innovative neue Gewinnpotenziale zu erschliessen
- Die Kraft, Transformations-Prozesse und strategischen Wandel voranzutreiben

### Erfolgsfaktoren für operative Überlegenheit

- Geschäftsfelder, die Kundennähe und Verkaufsstärke, aber auch Technologie- und Leistungskompetenz fördern
- Strukturen, die Performance und Produktivität begünstigen
- Prozesse, die operative Exzellenz ermöglichen
- Kompetenz in finanziellen Fragen

**Wachstum sicherstellen**

- Wachstum, Produktivität und Rentabilität: wie hängen sie zusammen?
- Wachstum als «Muss-» oder «Kann-Strategie»
- Optionen für qualitatives und quantitatives Wachstum

**Effektivität bewusst konzipieren**

- Wie Unternehmen und Organisationen funktionieren sollten
- Wie sie oft tatsächlich funktionieren
- Die Bedeutung von Entscheidungen bezüglich Geschäftsfeldern, Strukturen und Prozessen

**Kernkompetenzen als Erfolgs- und Werttreiber**

- Irgendwo Spitze oder überall nur Mittelmass?
- Kundennähe als Kernkompetenz
- Die Bedeutung der Kernkompetenzen für Erfolgssteigerung und den Aufbau von Unternehmens- und Geschäftswert

**Erfolg dank Menschen**

- Die richtigen Leistungsträger auswählen: Besetzung von Schlüsselpositionen
- Die Bedeutung der Arbeitgeber-Attraktivität im Kampf um die besten Talente
- Die Kreation einer vom Einzelnen unabhängigen Organisation

**Finanzielle Führung, Value Management**

- Finanzielle Entscheidungsprozesse
- Instrumente der finanziellen Führung
- Die Steuerung des Unternehmenswerts
- Werttreiber bestimmen und nutzen

**«Sehr inspirierendes Seminar. Erfahrene Referenten, die aus der Praxis für die Praxis berichten, aber auch den notwendigen theoretischen Background haben.»** Volker Frese, Vivantes GmbH

**«Sehr interessantes Seminar auf hohem Niveau.»** Christian Ebert, RUAG Schweiz AG

**«Sehr interessant und praxisnah, habe viele Anregungen mitgenommen.»** N. N.

**«Sehr gute Gruppengrösse. Wissensvermittlung anhand von konkreten Praxisbeispielen und die selbständige Bearbeitung von Aufgaben haben mein Verständnis geklärt und bei mir einen Spannungsbogen über die gesamte Veranstaltung geschaffen.»** Ulrich Meuser, DB Systel GmbH

## Daten

B0336	26. – 29.09. 2016	Zürich
B0346	24. – 27.10. 2016	Wiesbaden
B0317	06. – 09.03. 2017	Davos
B0327	19. – 22.06. 2017	Tegernsee
B0337	20. – 23.11. 2017	Tegernsee

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 4.900.– | CHF 5.400.–**

### INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# General Management Seminar

**Modernes General Management in 5 Tagen: Was braucht es, um eine Unternehmung oder einen Teilbereich nachhaltig erfolgreich zu steuern? Top Dozenten zeigen neue und bewährte Konzepte der modernen Unternehmensführung. Sie lernen von den Besten, überprüfen Ihre eigenen Konzepte. Sie finden Bestätigung für Ihre eigenen Erfolge und Impulse für weitere Optimierung.**

## KONZEPT

Führungskräfte stellen zu Recht besondere Anforderungen an ihre Weiterbildung. Sie wollen keine umfänglichen und theorielastigen Referate, sondern komprimierte Wissensvermittlung mit Bodenhaftung und Praxisbezug. Konkrete Fallbeispiele statt gedanklicher Spaziergänge. Ergebnisorientierte Diskussionen mit versierten Profis statt spitzfindiger Scheingefechte mit realitätsfernen Akademikern. Dieses General Management-Seminar bietet Ihnen, was Sie suchen: ein umfassendes Management-Update auf der Basis neuester Erkenntnisse – in Form einer kreativen, anwendungsorientierten Auseinandersetzung mit aktuellem Management-Wissen. Profitieren Sie vom Erfahrungsschatz und dem Gedankenaustausch mit erstklassigen Dozenten und hochkarätigen Teilnehmern aus den unterschiedlichsten Branchen. Aktuelle Beispiele, Best Practices und gesteuerter, moderierter Meinungsaustausch garantieren grösste Praxisnähe und optimalen Umsetzungsnutzen.

## ZIELGRUPPE

Führungskräfte, die eine umfassende Übersicht über die neuesten Möglichkeiten ganzheitlichen General Managements erhalten wollen. Dazu gehören:

- Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer und General Manager
- Verantwortliche von Profitcenters, Tochtergesellschaften, Filialen, Produktlinien und bedeutenden funktionalen Bereichen
- Unternehmer, Gesellschafter, Partner
- Erfahrene Bereichs- und Abteilungsleiter
- Leistungsorientierte Führungskräfte und leitende Mitarbeiter mit Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für eine General-Management-Position vorgesehen sind

## NUTZEN

Dieses Seminar vermittelt aktuelles Wissen zur ganzheitlichen und resultatorientierten Unternehmensführung.

Es unterstützt die Teilnehmenden darin,

- die Erfolgsfaktoren der eigenen Management-Tätigkeit klarer heraus zu kristallisieren
- dank eines Updates in erprobtem General Management-Wissen den unternehmerischen Erfolg sicherzustellen
- mehr Zeit für die wirklich wichtigen Entscheidungen zu finden und Denken und Handeln auf Resultate auszurichten
- strategische Prioritäten zu setzen
- als wichtig erkannte strategische Programme auch einzuleiten

## THEMENSCHWERPUNKTE

### General Management – Im Spannungsfeld zwischen Gegenwart und Zukunft erfolgreich agieren

Die richtige Balance zwischen kurzfristiger Ergebnisoptimierung und längerfristiger Prosperität zu finden: das ist eine der schwierigsten Führungsaufgaben, mit der sich Führungskräfte konfrontiert sehen.

- Die Gesetzmässigkeiten für nachhaltigen Erfolg
- Kurzfristige Resultate: Gewinne steigern, Renditeziele erreichen
- Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit sicherstellen
- Nachhaltige Zukunftssicherung: Investitionsbedarf identifizieren

### Die richtigen Schlussfolgerungen ziehen

Führungskräfte werden mit Informationen überhäuft: Branchenberichte, Studien, hausinterne Markt- und Konkurrenzanalysen wollen richtig gelesen und strategierelevant ausgewertet werden. Aber selbst die besten Entscheidungsvorlagen machen eines nicht obsolet: die Kunst, die richtigen Fragen zu stellen, ein Gespür für aufkeimende Trends zu haben und aus der Vielzahl der Informationen genau jene herauszufiltern, die für strategische Weichenstellungen wichtig sind.

- Trendbrüche frühzeitig erkennen
- Handlungsbedarf definieren, Kurskorrekturen einleiten
- Pragmatisches «Knowledge Management»: bewährtes Wissen und vorhandene Erfahrungen optimal nutzen

### Strategisches Management

Ist der Handlungsbedarf erkannt, muss gehandelt werden: rasch und kompromisslos. Aber was unterscheidet gute von schlechten Strategien? Welcher Weg ist der richtige und warum? Hier leisten Management-Konzepte, empirische Studien und Best Practices gute Dienste. Wir zeigen wie.

- Strategische Vorgaben und ihre Auswirkungen
- Einige wenige strategische Weichen richtig stellen genügt: wir zeigen, welche und wie
- Strukturen bilden, Strukturen verändern
- Erfolgreiche Strategie-Umsetzung



**Motivation, Kommunikation und Leadership**

Der Erfolg einer Strategie zeigt sich am Markt: mehr Motivation bedeutet mehr Profit. Gekonnte Kommunikation, der situativ passende Führungsstil und gelebte Werte spielen dabei mittlerweile eine immer grössere Rolle.

- Die eigenen Leaderqualitäten resultatorientiert einsetzen
- Die Mitarbeiter nachhaltig motivieren
- Überzeugende Kommunikation nach innen und aussen

**Marketing, Innovation und Branding**

Marketing als Schnittstelle zum Kunden tangiert jede Führungskraft. Wir zeigen wie Strategien in kundennahe Marketing-Konzepte umgelegt werden und welche Instrumente und Methoden einzusetzen sind, um überdurchschnittliche Markterfolge zu erzielen.

- Was gutes Marketing auszeichnet und was jede Führungskraft zum Thema Marketing wissen muss
- Kundennutzen und Kundennähe
- Die Bedeutung der Marke
- Digitalisierung als Chance

**Moderne finanzielle Führung**

Kurzfristige Kurs- und Wertschwankungen sind etwas für Spekulanten. Seriöse Führungskräfte und Manager konzentrieren sich auf die nachhaltige Wertsteigerung. Wir zeigen, warum wertorientierte Unternehmensführung und soziale Verantwortung keine Gegensätze sein müssen.

- Die finanzielle Verantwortung als nicht delegierbare Führungsaufgabe
- Gesamtsystematik eines wertorientierten Managements
- Mit welchen Konzepten kann man den Unternehmenswert kontinuierlich und nachhaltig steigern?

**«Hochwertig und praxisrelevant. Zu empfehlen.»**

Dr. Moritz Fischer,  
Fresenius Medical Care Deutschland GmbH

**«Sehr gut, viele Anregungen bekommen, keine Minute langweilig.»**

Thomas Fries, Gentherm GmbH

**«Sehr interessantes und hilfreiches Seminar mit sehr guten Dozenten, sehr praxisorientiert.»**

Martina Eilers,  
Union Investment Financial Services S.A.

**«Extrem hohes Niveau gepaart mit bester Unterhaltung.»**

Matthias Göke, Jungheinrich AG

**«Tolles Niveau, hervorragende Dozenten und Teilnehmer!»**

Christoph Gingelmaier, Planungsgruppe M+M AG

## Daten

**SEMINARSPRACHE DEUTSCH**

B1536	17. – 21.10. 2016	Hamburg
B1517	13. – 17.03. 2017	Berlin
B1527	28.08. – 01.09. 2017	Tegernsee
B1537	23. – 27.10. 2017	Hamburg

Seminardauer: **5 Tage**

Seminargebühr: **EUR 4.900.– | CHF 5.400.–**

**SEMINARSPRACHE ENGLISCH**

B1536-E	26. – 30.09. 2016	Boston
B1517-E	20. – 24.02. 2017	Berlin
B1527-E	19. – 23.06. 2017	Luzern
B1537-E	16. – 20.10. 2017	Boston

Seminardauer: **5 Tage**

Seminargebühr: **EUR 4.900.– | CHF 5.400.–**

**INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN**

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren.

Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Intensiv-Seminar Betriebswirtschaft & Management

5-tägiges Seminar für Führungskräfte und Fachkräfte ohne betriebswirtschaftliches Studium, welche sich kompakt ein umfassendes Bild über die wesentlichen Fragestellungen der modernen Unternehmensführung und Betriebswirtschaftslehre machen wollen.

## KONZEPT

Dieses Seminar befasst sich mit den zentralen Aspekten und Funktionen der ganzheitlichen Unternehmensführung und integriert essentielles Betriebswirtschaftswissen. Strategie und Marketing werden genauso angesprochen wie Finanz- und Rechnungswesen. Nur wer diese Zusammenhänge versteht, kann Beiträge zur Erreichung der organisatorischen Gesamtziele leisten und die Konsequenzen seines Tuns erkennen.

## NUTZEN

Nach dem Besuch des 5-tägigen Seminars verstehen die Teilnehmer/-innen Unternehmensführung ganzheitlich und haben sich systematisch Kenntnisse in Strategie, Marketing und im Finanz- und Rechnungswesen erarbeitet und verstehen es, die wichtigsten Tools anzuwenden. So können sie neue Impulse, die auf soliden Fundamenten basieren, in den Unternehmensalltag einbringen und sich unabhängig von ihren vorherigen Kenntnissen im Unternehmen als Leistungsträger profilieren.

## ZIELGRUPPE

- Führungskräfte, Fachkräfte, Projektleiter und Praktiker ohne betriebswirtschaftliches Studium, die eine strukturierte, kompakte und systematische Weiterbildung in Betriebswirtschaft absolvieren möchten
- Nicht-Betriebswirte wie Techniker, Juristen, Pädagogen, Biologen, Chemiker, Einkäufer, Service-Verantwortliche, die sich in kurzer Zeit Grundkenntnisse in allgemeiner Unternehmensführung aneignen wollen

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Unternehmensführung und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge

- Unternehmensführung ganzheitlich verstehen
- Die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Begriffe
- Hebel zur Resultaterzielung
- Praxiserprobte Management-Grundsätze

### Strategisches Management

- Strategie als Ordnungsrahmen
- Strategie-Modelle und Instrumente
- Wettbewerbs- und Branchen-Analysen
- Innovationen
- Change Management

### Wettbewerb, Marketing und Verkauf

- Die Suche nach immer neuem Kundennutzen
- Voraussetzungen für Markterfolg
- Ganzheitliches Marketing, schlagkräftiger Verkauf

### Finanz- und Rechnungswesen

- Die Gesamtzusammenhänge
- Bilanzierung und Bilanzanalyse, Kennzahlen
- Ergebnis, Cash Flow, Deckungsbeiträge und Rendite
- Kostenrechnung, Kalkulation und Kostenmanagement

### Finanzierung und Controlling

- Finanzierungsarten, Investitionsrechnung
- Strategisches und operatives Controlling

### Unternehmensplanung und Budgetierung

- Betriebswirtschaftliche Kennzahlen und Ziele erreichen
- Grundlagen der Planung und Budgetierung
- Überzeugende Businesspläne erstellen

«Kurzweilig, bereichernd und interaktiv.»

Dr. Dirk Mohr,  
Mundipharma Deutschland GmbH & Co. KG

«Ausgezeichnet. Kompaktseminar mit sehr guter Vermittlung des Stoffes durch einen aussergewöhnlichen Referenten.»

Oliver Zeeck,  
TrellenborgVibracoustic GmbH & Co. KG

## Daten

B0136	17. – 21.10. 2016	Frankfurt
B0117	13. – 17.03. 2017	Davos
B0127	28.08 – 01.09. 2017	München
B0137	06 – 10.11. 2017	Berlin

Seminardauer: **5 Tage**

Seminargebühr: **EUR 3.500.– | CHF 3.800.–**

## INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Boston Betriebswirtschafts-Lehrgang

Vertiefen und ergänzen Sie Ihre Management-Kompetenz durch aktuellstes betriebswirtschaftliches Know-how. Der 12-tägige Lehrgang bietet umfassendes und fundiertes Wissen sowie praxisrelevante Tools zu **BWL, Strategie, Marketing, Führung, Finanzen und Controlling**.

## KONZEPT

Führungs- und Fachkräfte brauchen keine weltfremden Theorien. Was sie benötigen, ist aktuelles, verwertbares Wissen zu Unternehmensführung und Betriebswirtschaft. Wissen, das verstanden hat, worin gutes Management besteht. Das weiss, wie die Aufgaben und Herausforderungen von heute bewältigt werden können. Und was zu tun ist, um Resultate in der Gegenwart zu bewirken sowie gleichzeitig die richtigen Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen. Mit einem Wort: Wissen, das sie in die Lage versetzt, übergreifende Managementaufgaben erfolgreich anzugehen. Dieser dreiteilige Betriebswirtschaftslehrgang bietet dieses Wissen.

## AUFBAU

- Betriebswirtschaftliches Know-How (Modul 1)
- Führungskompetenz und Leadership (Modul 2)
- Finanzielle Führung und Controlling (Modul 3)

## ZIELGRUPPE

- Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte, Stabsstelleninhaber und Spezialisten ohne systematische Betriebswirtschafts-Ausbildung, die ihr Management-Wissen festigen oder vertiefen sollen
- Manager/innen, die ihre BWL-Kenntnisse erweitern wollen
- Praktiker, die ihre in der Praxis gewonnenen Management-Erkenntnisse kritisch hinterfragen und überprüfen wollen

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Betriebswirtschaftliches Know-How

- Moderne Unternehmensführung
- Wirkungsmechanismen des strategischen Managements
- Gesetzmässigkeiten des strategischen Handelns
- Strategische Analysen: Handlungsbedarf erkennen, Kurskorrekturen vornehmen
- Zukunftsweisende Strategien formulieren
- Markt und Kunde
- BWL, Rechnungswesen und Kostenrechnung
- Planung und Controlling
- Business Plan

### Führungskompetenz und Leadership

- Was zeichnet gute Führung aus? Erkenntnisse der modernen Führungslehre
- Sich selbst kennen: die Führung der eigenen Person

- Erkennen der eigenen Führungssituation
- Der eigene Führungsstil, situative Führung
- Motivation als Führungsaufgabe
- Elemente sozialer Kompetenz
- Ziele vereinbaren
- Wie delegiert man sinnvoll?
- Mitarbeiter qualifizieren, fördern und coachen
- Schwierige Führungssituationen meistern
- Bestehen in kritischen Gesprächssituationen
- Umgang mit Konflikten
- Persönliche Work-Life-Balance

### Finanzielle Führung und Controlling

- Was Führungskräfte über Finanzen und Controlling wissen sollten
- Controlling als Steuerungssystem
- Abweichungen und Frühwarnungen
- Instrumente des operative Controllings
- Finanzielle Ziel- und Steuerungsgrössen
- Die Hebel zur Steigerung von Cashflow, EBIT, ROCE u. a.
- Berichtswesen und Reporting
- Moderne Budgetierung
- Kostenrechnung und Kalkulationssysteme
- Strategisches und wertorientiertes Controlling
- Nehmen Sie Ihre Controlling-Aufgabe wahr!

## Daten

B3036	1. Teil: 17. – 21.10. 2016	Frankfurt
	2. Teil: 07. – 10.11. 2016	Frankfurt
	3. Teil: 21. – 23.11. 2016	Zürich
B3046	1. Teil: 17. – 21.10. 2016	Frankfurt
	2. Teil: 16. – 19.01. 2017	Berlin
	3. Teil: 03. – 05.04. 2017	Luzern
B3017	1. Teil: 13. – 17.03. 2017	Davos
	2. Teil: 24. – 27.04. 2017	Tegernsee
	3. Teil: 28. – 30.08. 2017	Frankfurt
B3027	1. Teil: 28.08. – 01.09. 2017	München
	2. Teil: 23. – 26.10. 2017	Berlin
	3. Teil: 11. – 13.12. 2017	Berlin

Seminardauer: **12 Tage**

Seminargebühr: **EUR 7.900.– | CHF 8.700.–**

Auf Wunsch können Sie den 1. Teil, 2. Teil und 3. Teil individuell kombinieren: Zum Beispiel 1. Teil im Sommer und 2. und 3. Teil im Herbst oder Folgejahr.

## INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Boston Mini-MBA Programm

**Unser ausführlichstes Förderprogramm zu allen Führungs- und General Management-Themen mit abschliessender Fallstudie zum nachhaltigen Wissenstransfer. Dank hohem Anwendungspotenzial und intensivem Praxisnutzen das ideale Aufbau-Programm – nicht nur für Betriebswirtschaftler.**

## KONZEPT

Wie wird man eine erfolgreiche Führungskraft? Auch wenn Erfolg nur bedingt «planbar» ist: die Voraussetzungen dafür lassen sich sehr wohl schaffen. Neben Fachkompetenz und persönlichem Einsatz ist es vor allem das souveräne Beherrschen des Führungs- und Managementhandwerks, das den Unterschied macht: denn nur wer führen kann, ist in der Lage, seine Konzepte und Pläne wirkungsvoll umzusetzen und resultatorientierte Entscheidungen durchzusetzen. Und wer gut planen, konzipieren und resultatorientiert entscheiden kann, sollte am besten auch noch führen können. Ziel dieses mehrteiligen Programms ist deshalb zum einen die Optimierung des persönlichen Führungsverhaltens, zum anderen die Vermittlung ganzheitlichen Wissens über die Gesetzmässigkeiten des modernen Managements.

## AUFBAU

Das Boston Mini-MBA-Programm besteht aus vier Modulen:

1. Teil (4 Tage): Führungskompetenz und Leadership – Selbstmanagement, soziale Kompetenz, Mitarbeiterführung als Ausgangspunkt für Management-erfolg
2. Teil (4 Tage): Strategisches Management – Methoden und Tools des Strategischen Managements und deren Anwendung
3. Teil (4 Tage): Marketing – der Zusammenhang zwischen Marktposition, Kundennutzen und Markterfolg
4. Teil (4 Tage): Finanzen – die wichtigsten Aspekte des Finanz- und Rechnungswesens

Die Reihenfolge der Module kann variieren.

Einige Tage nach Ende des letzten Seminarteils erhalten die Teilnehmenden eine ausführliche Fallstudie, die sie selbstständig bearbeiten und in die die Inhalte aller besuchten Programmteile einfließen. Diese Abschlussarbeit dokumentiert die aktive Teilnahme und erlaubt ein differenziertes Wissens- und Leistungs-Feedback. Ihre Bewertung findet im detaillierten Abschlusszertifikat Berücksichtigung.

## NUTZEN

Die Teilnehmenden

- erkennen Gesamtzusammenhänge einer auf Zukunftssicherung und Gegenwartsoptimierung ausgerichteten, modernen Unternehmensführung

- verstehen die Prinzipien und Mechanismen des Strategischen Managements
- lernen die Gesetzmässigkeiten des modernen Marketings und die den Markterfolg bestimmenden Faktoren kennen
- durchschauen die Zusammenhänge des Finanz- und Rechnungswesens
- steigern ihre soziale Kompetenz und verbessern ihre Kommunikationsfähigkeit
- erfahren, wie man den eigenen Handlungsspielraum als Führungskraft aktiv nutzen kann

Nach Abschluss des Programms sind die Teilnehmenden in der Lage,

- auf der Basis des Verständnisses von Märkten, Kunden, Technologien, Wettbewerb und Branchendynamik sinnvolle Konzepte und Geschäftsmodelle zu entwickeln
- eigene Beiträge zur Umsetzung strategischer Vorgaben zu leisten und darüber hinaus wichtige Impulse zu geben
- Marketing-Pläne zu erstellen und Programme zur Steuerung der Kundenzufriedenheit, zur Kundenbindung sowie zur Kundenpotenzial-Nutzung zu entwerfen
- durch kompetenten Einsatz von Instrumenten des Gewinnmanagements wirkungsvolle Beiträge zur Erreichung finanzieller Ziele zu leisten
- Bedingungen zu schaffen, die effektives, zielgerichtetes Arbeiten und Effizienz ermöglichen
- Instrumente der Mitarbeiterführung gekonnt anzuwenden und gemeinsam mit anderen anspruchsvolle Ziele zu erreichen

## ZIELGRUPPE

Teilnehmende sind jüngere Führungskräfte, Spezialisten, Fachkräfte, ambitionierte Nachwuchskräfte, aber auch High Potentials aus allen Bereichen von Unternehmen und Institutionen. Gemeinsam ist ihnen, dass sie sich für eine höhere Management-Funktion qualifizieren oder – sofern sie diese bereits innehaben – die Grundlagen noch einmal in systematischer Weise aufarbeiten wollen.

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Führungskompetenz und Leadership

- Sich selbst kennen: die Führung der eigenen Person
- Der eigene Führungsstil
- Persönliche Work-Life-Balance
- Elemente sozialer Kompetenz
- Was zeichnet gute Führung aus?
- Verschiedene Führungsstile; situativ richtig führen
- Ziele vereinbaren
- Wie delegiert man sinnvoll?
- Mitarbeiter qualifizieren, fördern und coachen
- Ungenutzte Leistungspotenziale erkennen
- Schwierige Führungssituationen meistern
- Bestehen in kritischen Gesprächssituationen
- Umgang mit Konflikten

**Strategisches Management**

- Ganzheitliches strategisches Management
- Die Unternehmung und ihr Umfeld
- Globalisierung und Internationalisierung
- Die Interessen der Stakeholder
- Strategisches Denken
- Strategische Optionen generieren
- Der Strategie-Prozess
- Strategische Tools anwenden
- Strategien erfolgreich implementieren

**Marketing und Markterfolg**

- Marketing: Grundlagen und Spielregeln
- Was bewirkt gutes Marketing?
- Marktleistungs-Politik
- Verkaufs- und Vertriebsstrategien
- Marktbearbeitung, Kommunikation, Preisstrategie
- Distribution, Logistik
- Marketingpläne
- Online und Digital Marketing
- Marketing-Controlling

**Finanzen und Controlling**

- Finanz- und Rechnungswesen im Überblick
- Finanzierungsarten: Eigen- und Fremdkapital, Innen- und Aussenfinanzierung
- Neuere Finanzierungsarten
- Kapitalkosten, Kapitalstruktur
- Finanzielle Ziele verstehen, Umgang mit Kennzahlen
- Kostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Kalkulation, Preisbildung
- Investitionen, Wertschöpfung, Wirtschaftlichkeit
- Instrumente des Gewinnmanagements und ihre Anwendung
- Controlling

**«Inhaltlich auf hohem Niveau, sehr gut strukturiert und praxisnah.»**

Ronny Ischganeit, ThyssenKrupp AG

**«Ausgezeichnet – tolles Niveau, fundiert, interaktiv, nie langweilig. Danke!»** N. N.

**«Meine Erwartungshaltung, inspirierende Impulse und neue Methoden kennenzulernen, ist mehr als erfüllt worden. Die Anwendung im Arbeitsalltag wird mir sicherlich zusätzliche Sichtweise liefern, die mich schneller und effektiver zum Ziel bringen werden. Mein Fazit: in der Art jederzeit und gerne wieder.»**

Dr. Markus Scheuermann,  
Roche Diagnostics Deutschland GmbH

## Daten

**SEMINARSPRACHE DEUTSCH**

B3536	1. Teil:	29.08. – 01.09. 2016	Luzern
	2. Teil:	05. – 08.09. 2016	Hamburg
	3. Teil:	24. – 27.10. 2016	Berlin
	4. Teil:	21. – 24.11. 2016	Köln
B3546	1. Teil:	07. – 10.11. 2016	Frankfurt
	2. Teil:	21. – 24.11. 2016	Köln
	3. Teil:	28.11. – 01.12. 2016	Luzern
	4. Teil:	13. – 16.03.2017	Köln
B3556	1. Teil:	07. – 10.11. 2016	Frankfurt
	2. Teil:	20. – 23.02. 2017	Köln
	3. Teil:	20. – 23.03. 2017	Berlin
	4. Teil:	25. – 28.09. 2017	Luzern
B3517	1. Teil:	16. – 19.01. 2017	Berlin
	2. Teil:	20. – 23.02. 2017	Köln
	3. Teil:	13. – 16.03. 2017	Köln
	4. Teil:	20. – 23.03. 2017	Berlin
B3527	1. Teil:	24. – 27.04. 2017	Tegernsee
	2. Teil:	08. – 11.05. 2017	Hamburg
	3. Teil:	28. – 31.08. 2017	Luzern
	4. Teil:	13. – 16.11. 2017	München
B3537	1. Teil:	24. – 27.04. 2017	Tegernsee
	2. Teil:	26. – 29.06. 2017	Luzern
	3. Teil:	28. – 31.08. 2017	Luzern
	4. Teil:	25. – 28.09. 2017	Luzern
B3547	1. Teil:	21. – 24.08. 2017	Luzern
	2. Teil:	04. – 07.09. 2017	Tegernsee
	3. Teil:	16. – 19.10. 2017	Berlin
	4. Teil:	13. – 16.11. 2017	München

Seminardauer: **16 Tage**

Seminargebühr: **EUR 9.900.– | CHF 10.900.–**

**SEMINARSPRACHE ENGLISCH**

B3526-E	1. Teil:	24. – 27.10. 2016	Luzern
	2. Teil:	27.02. – 02.03. 2017	Frankfurt
	3. Teil:	24. – 27.04. 2017	Frankfurt
	4. Teil:	15. – 18.05. 2017	Flims
B3517-E	1. Teil:	19. – 22.06. 2017	Brunnen
	2. Teil:	21. – 24.08. 2017	Hamburg
	3. Teil:	25. – 28.09. 2017	Davos
	4. Teil:	13. – 16.11. 2017	Berlin

Seminardauer: **16 Tage**

Seminargebühr: **EUR 9.900.– | CHF 10.900.–**

Auf Wunsch können Sie den 1. Teil, 2. Teil, 3. Teil und 4. Teil individuell kombinieren: Zum Beispiel 1. Teil im Sommer und 2.–4. Teil im Herbst oder Folgejahr.

# General Management Programm für den Führungsnachwuchs

Unternehmen sind komplexe Systeme, die in ihren Gesamtzusammenhängen erfasst werden wollen. In 2 x 4 Tagen eignen sich besonders förderungswürdige Nachwuchskräfte einen komprimierten Überblick über Grundlagen, Ziele und Methoden der ganzheitlichen und resultatorientierten Unternehmensführung an.

## KONZEPT

Wer in seiner Organisation etwas gestalten und bewegen will, sich gar für höhere Positionen empfehlen möchte, muss mehr können als nur sein Fachgebiet zu beherrschen. Denn eine Unternehmung ist ein komplexes System, das in all seinen Funktions- und Wirkungszusammenhängen überblickt und begriffen sein will. Hier kommt das General Management zu Zuge, das sich – auch Allgemeine Unternehmensführung genannt – mit den zentralen Aspekten des ergebnisorientierten Managements befasst. Ob Strategie, Marketing oder Finanz- und Rechnungswesen: Nur wer die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Bereichen der Unternehmensführung versteht, kann die Konsequenzen seines Tuns erkennen und so zur Erreichung der organisatorischen Gesamtziele beitragen. Neben kurzfristigen Zielen oder vorübergehenden Ergebnisverbesserungen geht es hier vor allem darum, wie man Strategien langfristig in erfolgreiche Aktionsprogramme überführt.

Dieses zweiteilige Junior-Programm richtet sich an jüngere Führungskräfte, Spezialist(inn)en und Nachwuchstalente, deren Fähigkeit zum Denken in diesen Gesamtzusammenhängen ausdrücklich gefördert werden soll. Es eignet sich somit hervorragend als Instrument der Personalentwicklung und Karriereförderung für jene Unternehmen,

- die ergebnisorientiertes Denken gerade bei jüngeren Führungs- und Nachwuchskräften sowie auf den operativen Ebenen fördern wollen
- die funktionale Spezialisten gezielt auf die Übernahme verantwortungsvoller Positionen vorbereiten wollen
- die das Führungspotential auch von nicht in der Betriebswirtschaftslehre ausgebildeten Mitarbeiter/innen wie Technikern, Juristen oder Praktikern gezielt entwickeln wollen

## METHODIK

Die Inhaltsvermittlung erfolgt praxisnah anhand aktiver Lehr- und Lernmethoden, die alternierend und situativ zum Einsatz kommen: gesteuerte Lehrgespräche, Fallstudien, Einzel- und Gruppenarbeiten, Übungen zum gezielten Einsatz von Tools, Best Practices-Beispiele und moderierter Erfahrungsaustausch garantieren grösste Praxisnähe und hohen Anwendungsnutzen. Zahlreiche Ideen, Impulse und individuelle Hilfestellungen versetzen die Teilnehmenden in die Lage, ihr neu erworbenes Wissen direkt im Anschluss an das Seminar im Unternehmen umzusetzen.

## ZIELGRUPPE

- Jüngere Führungs- und Nachwuchskräfte, die verschiedene Management-Disziplinen in ihrem Gesamtzusammenhang erfassen möchten, um deren «Werkzeuge» kompetent anwenden zu können
- Funktionale Spezialisten, Projektleiter und Stabsmitarbeiter, die eine strukturierte und systematische Grundausbildung im General Management absolvieren wollen
- Aufsteiger aus kaufmännischen Bereichen, Junior-Manager und Quereinsteiger, die eine höhere Management-Funktion anstreben oder bereits inne haben, die Grundlagen hierzu jedoch systematisch aufarbeiten möchten
- Ingenieure, Techniker, Juristen, Pädagogen, Biologen, Chemiker, Einkäufer, Service-Verantwortliche u. a., die sich in kurzer Zeit Kenntnisse in allgemeiner Unternehmensführung aneignen wollen

## NUTZEN

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen, präzise Strategiekonzepte zu erstellen, Markterfolg gezielt zu planen und neue Geschäftsideen zu entwickeln. Sie erfahren, wie man die Voraussetzungen für Ertragskraft und Rentabilität schafft, Kosten steuert und Businesspläne entwirft, und üben den kompetenten Umgang mit Controlling-Instrumenten.

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Ganzheitliche Unternehmensführung

Was zeichnet erfolgreiches und wirkungsvolles Management aus? Wie werden angestrebte Resultate durch einzelne Entscheidungen beeinflusst? Wie kann man in einer grösseren Organisation resultatorientiert agieren und zugleich die eigenen Handlungsspielräume nutzen? Ganzheitliches Management gibt hier die Antworten.

- Die Unternehmung ganzheitlich verstehen
- Wertvorstellungen und Unternehmensziele
- Shareholder-, Stakeholder- oder Customer-Value?
- Hebel zur Resultaterzielung
- Der «Gesundheitscheck» Ihres Unternehmens: Analyse-Tools
- Praxiserprobte Management-Grundsätze

### Effektivität dank Strategie

Die wichtigste Voraussetzung für Effektivität ist immer eine zukunftsweisende, präzise Strategie. Zu wissen, was man erreichen will, ohne die nötige Flexibilität für Kurskorrekturen zu verlieren; strategisch zu denken, aber flexibel im Tagesgeschäft zu reagieren; die eigenen Mittel und Ressourcen gezielt für die wirklich wichtigen Themen einzusetzen – all dies will gelernt sein. Wir zeigen, wie man strategische Schwerpunkte setzt und Erfolg versprechende Strategien entwickelt.

- Wie erstellt man eine strategische Planung?
- Wie entwickelt man zukunftsichernde und rentabilitätssteigernde Strategien bis zur Präsentationsreife?
- Wie setzt man die Methoden der Strategischen Analyse und der Strategieformulierung ein?

### Zukunftsfähigkeit dank Business Development und Innovationen

Manche Märkte gibt es noch nicht – man muss sie erst schaffen. Das ist immer dann der Fall, wenn neue Technologien oder neue Geschäftsideen die Vorstellungskraft des potenziellen Kunden übersteigen. Erfahren Sie, wie Sie:

- neue Produkte und Serviceleistungen erfinden
- die Erfolgchancen neuer Geschäftsideen prüfen
- den Geschäftssinn schärfen

### Exzellenz dank Marketing

Wenn alle das gleiche tun, ist kein Platz mehr für Einzigartigkeit. Wo Differenzierung fehlt herrscht Austauschbarkeit – und damit Preiskampf, Verdrängung, schlechtere Rentabilität. Marketing will Differenzierung. Marketing will Nähe zum Kunden, will dessen Potentiale besser nutzen. Ohne gutes Marketing versendet die beste Strategie. Sie lernen, griffige Marketing-Konzepte zu erarbeiten und den Markterfolg aktiv zu steuern.

Marketing will Differenzierung. Marketing will Nähe zum Kunden, will dessen Potentiale besser nutzen. Ohne gutes Marketing versendet die beste Strategie. Sie lernen, griffige Marketing-Konzepte zu erarbeiten und den Markterfolg aktiv zu steuern.

- Die Bestandteile eines griffigen Marketing-Konzeptes
- Wie stellt man Kunden und Kundennutzen ins Zentrum?

### Überzeugende Business Pläne erstellen

Gute Ideen haben viele. Aus einer Idee ein plausibles und realistisches Konzept zu entwickeln und dieses in einen nachvollziehbaren Businessplan zu überführen, will jedoch gelernt sein. Wir zeigen, wie man aus Geschäftsideen entscheidungsreife «Business Cases» macht.

- Aufbau und Inhalt eines Business-Plans
- Business-Pläne ausarbeiten
- Plausibilitätsprüfung und kritisches Hinterfragen

### Finanzielle Kompetenz entwickeln

Umsatzziele erreichen, Kosten unter Kontrolle halten, Investitionsbudgets einhalten, Gewinn- und Cash Flow-Ziele erreichen: all dies sind Aufgaben, die Führungskräfte heute schon in jungen Jahren vermehrt zu übernehmen haben. Wir liefern die dazu nötigen Kenntnisse und Instrumente.

- Ziele und Instrumente der finanziellen Führung
- Aktive Steuerung von Aufwands- und Ertragsstrukturen
- Kostenmanagement, Break-Even-Überlegungen
- Hebel zur Ergebnisoptimierung

### Controllingdaten nutzen und Massnahmen ergreifen

Ziel-Abweichungen sollten so früh wie möglich erkannt werden. Das Controlling liefert die hierzu nötigen Daten und Berichte. Diese auszuwerten und Massnahmen zu ergreifen, um auf Kurs zu bleiben, ist Sache des Managements.

- Früherkennung von Ziel-Abweichungen
- Kompetenter Umgang mit Controlling-Berichten

«Sehr professionelle Dozenten mit Praxiserfahrung. Der Gesamteindruck ist ausgezeichnet, man lernt auch von der Vielfalt der Teilnehmer aus anderen Branchen und Funktionen.»

Joachim Janisch, Mattson Thermal Products GmbH

## Daten

### SEMINARSPRACHE DEUTSCH

B0636	1. Teil:	12. – 15.09. 2016	Tegernsee
	2. Teil:	24. – 27.10. 2016	Berlin
B0646	1. Teil:	21. – 24.11. 2016	Frankfurt
	2. Teil:	13. – 16.03. 2017	Köln
B0617	1. Teil:	20. – 23.02. 2017	Hamburg
	2. Teil:	13. – 16.03. 2017	Köln
B0627	1. Teil:	26. – 29.06. 2017	Luzern
	2. Teil:	25. – 28.09. 2017	Luzern
B0637	1. Teil:	09. – 12.10. 2017	Frankfurt
	2. Teil:	13. – 16.11. 2017	München

Seminardauer: **8 Tage**

Seminargebühr: **EUR 5.900.– | CHF 6.500.–**

### SEMINARSPRACHE ENGLISCH

B0626-E	1. Teil:	05. – 08.09. 2016	Hamburg
	2. Teil:	26. – 29.09. 2016	Davos
B0617-E	1. Teil:	27.02. – 02.03. 2017	Frankfurt
	2. Teil:	15. – 18.05. 2017	Flims
B0627-E	1. Teil:	27.02. – 02.03. 2017	Frankfurt
	2. Teil:	25. – 28.09. 2017	Davos
B0637-E	1. Teil:	21. – 24.08. 2017	Hamburg
	2. Teil:	25. – 28.09. 2017	Davos

Seminardauer: **8 Tage**

Seminargebühr: **EUR 5.900.– | CHF 6.500.–**

Auf Wunsch können Sie den 1. Teil und 2. Teil individuell kombinieren: Zum Beispiel 1. Teil im Sommer und 2. Teil im Herbst oder Folgejahr.

### INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Boston High Potentials Programm

**Umfassendes Management-Programm für jüngere Führungs-, Fach- und Nachwuchskräfte, High Potentials und Spezialisten. 12 Tage in 3 Teilen zu den wichtigsten Themen des resultatorientierten Managements, der Strategie, des Marketings, des Selbstmanagements und Führungsverhaltens sowie der finanziellen Führung.**

## KONZEPT

Das «Boston High Potentials Programm» ist ein 3-teiliger ganzheitlicher Management-Lehrgang für jüngere Führungskräfte, Fachkräfte, High Potentials und den ambitionierten Führungsnachwuchs. Ziele des 3 × 4-tägigen Programms sind:

- Unternehmerisches Verständnis und Denken in Gesamtzusammenhängen zu verstärken
- Resultatorientierung zu fördern
- Instrumente und Methoden der modernen Managementlehre kennen zu lernen und im eigenen Arbeitsumfeld anwenden zu können
- sich selbst als Führungspersönlichkeit zu erkennen und weiter zu entwickeln
- die Fähigkeit andere zu führen auszubauen
- Mechanismen und Schlüsselprinzipien der finanziellen Führung zu trainieren

## ZIELGRUPPE

- Jüngere Führungskräfte und Fachkräfte, die die Konzepte und Werkzeuge des wirkungsvollen Managements erlernen sollen
- Nachwuchsführungskräfte, die für eine höhere Aufgabe vorbereitet werden sollen
- Bereichsleiter, Markt- und Produktverantwortliche
- Teamleiter/innen, Projektverantwortliche, Junior Manager
- Spezialisten aus Linie, Stab, internen Servicebereichen

## THEMENSCHWERPUNKTE

### 1. Teil: Ganzheitliches Management, Strategie und Markterfolg

#### Wirkungsvolle Unternehmensführung

- Gesamtzusammenhänge wirkungsvoller Führung
- Wirkungsmechanismen, Modelle, System-Orientierung
- Steuerungsfaktoren für Erfolg

#### Strategische Konzepte erstellen

- Strategisches Management im Überblick
- Strategische Analysen
- Methoden und Instrumente
- Präzise Strategien erarbeiten

#### Strategische Vorgaben umsetzen

- Unternehmenspolitik, Business Mission
- Unternehmens- und Geschäftsstrategien als Vorgaben
- Die Umsetzung mitgestalten
- Aktive Implementierung, Aktionsprogramme

### Geschäftsideen und Innovationen

- Geschäftsideen entwickeln und bewerten
- Marktpotenziale erkennen und nutzen
- Ungelöste Kundenprobleme, Kundenbedürfnisse und neue Technologien als Basis für Innovationsmanagement

### Gewinnpotenziale erkennen und nutzen

- Gewinn, Cash Flow und Rentabilität als Steuerungsgrößen
- Überdurchschnittliche Ertragskraft als Ziel
- Gewinnsteigerungs-Möglichkeiten erkennen und nutzen

### Marketing und Markterfolg

- Marketing: Philosophie, Zusammenhänge, Instrumente
- Die Bestandteile eines Marketing-Konzepts
- Von der Marktanalyse zur Kundensegmentierung
- Von der Positionierung zum Marketing-Mix
- Vom Absatzkonzept zum Verkaufserfolg

### 2. Teil: Leadership und Führungskompetenz

#### Resultatorientiert Denken und Handeln

- Fleissig arbeiten ist zu wenig – Resultate sind gefordert
- Management for Results: Den eigenen Beitrag zum Erfolg definieren
- Dynamisierung und Empowerment dank resultatorientiertem Denken
- Handlungsspielräume nutzen

#### Persönliche Führungskompetenz

- Erkenntnisse der modernen Führungslehre
- Führung, Führungsprozess, Führungserfolg
- Die eigene Führungspersönlichkeit

#### Selfmanagement, Arbeitstechnik, Prioritäten

- Delegieren, was delegierbar ist
- Die eigene Arbeitszeit resultatorientiert einsetzen
- Die Führung der eigenen Person
- Umgang mit persönlichen Ressourcen
- Optimieren eigener Stärken

#### Mitarbeiterführung, Teams führen

- Gesetze der Mitarbeiterführung
- Mitarbeiter-Leistung steigern
- Mitarbeiter-Zufriedenheit sichern
- Die Voraussetzungen für Motivation
- Gesetze der Gruppendynamik

#### Soziale Kompetenz

- Soziale und emotionale Kompetenz
- Wirkung und Einsatz in unterschiedlichen Führungssituationen
- Erkennen eigener Stärken und Schwächen

#### Kommunikation

- Kommunikation im Geschäftsalltag
- Die Kunst, durch Argumente zu überzeugen
- Die Fähigkeit, dank Sympathie Akzeptanz zu bewirken
- Kommunikation als zentraler Erfolgsfaktor im Berufsalltag
- Gekonntes Konfliktmanagement



**3. Teil: Finanzen und Controlling****Grundlagen und Zusammenhänge**

- Die finanzwirtschaftliche Führung
- Überblick über das Finanz- und Rechnungswesen
- Wertorientierte Unternehmensführung
- Finanzielle Weichenstellungen
- Instrumente und Methoden der finanziellen Führung

**Finanzielle Ziele verstehen**

- Die finanziellen Zielvorgaben von oben
- Steuerungsgrößen, um diese zu erfüllen
- Die wichtigsten Kennzahlen

**Planung und Budgetierung**

- Konzeptionelle Basis für Planung und Budgetierung
- Ehrgeizige Planung und Budgetierung
- Gewinnziele und Renditevorgaben

**Finanzierung**

- Eigen- und Fremdkapital, Kapitalkosten
- Bilanzstruktur, Voraussetzungen für Finanzierbarkeit
- Formen der Finanzierung, Pay-back-Periode

**Investitionen und Kapitaleinsatz**

- Investitionen und Kapitalintensität
- Fixkostenproblematik und Auslastungsschwankungen
- Make-or-buy, Wertschöpfungstiefe

**Kosten-Management**

- Kosten-Strukturen und Kostenarten
- Den Break-Even Punkt bewusst gestalten
- Deckungsbeitragsrechnung

**Ideen in Business Pläne überführen**

- Inhalt, Struktur, Aufbau
- Geschäftsideen und Projekte in Business-Plänen darlegen
- Umsätze und Erträge planen
- Kostenstrukturen und Aufwendungen planen
- Investitions-, Rendite- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen
- Die wichtigsten Finanzierungs-Arten

**Controlling**

- Controlling als Führungsaufgabe
- Reports und Controlling-Berichte analysieren und auswerten
- Abweichungen rechtzeitig erkennen, Korrekturmaßnahmen einleiten

## Daten

**SEMINARSPRACHE DEUTSCH**

B3336	1. Teil:	12. – 15.09. 2016	Tegernsee
	2. Teil:	24. – 27.10. 2016	Berlin
	3. Teil:	07. – 10.11. 2016	Frankfurt
B3346	1. Teil:	21. – 24.11. 2016	Frankfurt
	2. Teil:	16. – 19.01. 2017	Berlin
	3. Teil:	13. – 16.03. 2017	Köln
B3317	1. Teil:	20. – 23.02. 2017	Hamburg
	2. Teil:	13. – 16.03. 2017	Köln
	3. Teil:	24. – 27.04. 2017	Tegernsee
B3327	1. Teil:	26. – 29.06. 2017	Luzern
	2. Teil:	21. – 24.08. 2017	Luzern
	3. Teil:	25. – 28.09. 2017	Luzern
B3337	1. Teil:	09. – 12.10. 2017	Frankfurt
	2. Teil:	23. – 26.10. 2017	Berlin
	3. Teil:	13. – 16.11. 2017	München

Seminardauer: **12 Tage**Seminargebühr: **EUR 7.900.– | CHF 8.700.–****SEMINARSPRACHE ENGLISCH**

B3326-E	1. Teil:	05. – 08.09. 2016	Hamburg
	2. Teil:	26. – 29.09. 2016	Davos
	3. Teil:	24. – 27.10. 2016	Luzern
B3317-E	1. Teil:	27.02. – 02.03. 2017	Frankfurt
	2. Teil:	15. – 18.05. 2017	Flims
	3. Teil:	19. – 22.06. 2017	Brunnen
B3327-E	1. Teil:	21. – 24.08. 2017	Hamburg
	2. Teil:	25. – 28.09. 2017	Davos
	3. Teil:	23. – 26.10. 2017	Davos

Seminardauer: **12 Tage**Seminargebühr: **EUR 8.600.– | CHF 9.500.–**

Auf Wunsch können Sie den 1. Teil, 2. Teil und 3. Teil individuell kombinieren: Zum Beispiel 1. Teil im Sommer und 2. und 3. Teil im Herbst oder Folgejahr.

**INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN**

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren.

Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Strategie Exzellenz für Führungskräfte

Neuestes Wissen über Erfolgsfaktoren strategischer Führung und eine praxisnahe Gesamtsystematik der modernen Strategielehre: das bietet dieses 4-tägige Seminar zu den zentralen Themen des strategischen Managements.

## KONZEPT

Die Strategie- und nicht etwa Aktionismus und Emsigkeit im Tagesgeschäft – bestimmt über Erfolg oder Misserfolg der Unternehmung, ihrer Divisionen und Business Units. In dem 4-tägigen Seminar «Strategie Exzellenz für Führungskräfte» zeigen wir, worauf es ankommt, um strategisch in Richtung Erfolg zu steuern.

## ZIELGRUPPE

Teilnehmer/innen dieses Seminars sind Führungskräfte, die strategische Impulse, neuestes Wissen zu Fragen des Strategischen Managements und eine praxisnahe Gesamtsystematik der modernen Strategielehre suchen. Dazu gehören:

- Entscheidungsträger aus Geschäftsleitung, Vorstand, Verwaltungs- und Aufsichtsrat
- Executives, die über strategische Weichenstellungen selbst entscheiden oder mitentscheiden
- Führungskräfte, die Strategievorschläge hinterfragen und auf ihre Plausibilität überprüfen
- Verantwortliche von Unternehmen, Geschäfts- oder Business Units, die vor kritischen Weichenstellungen stehen und Impulse für den richtigen Weg zur Zukunftsgestaltung suchen
- Führungskräfte, Manager, Berater und Spezialisten, die selbst strategische Analysen durchführen, Strategie-Meetings leiten oder strategische Konzepte erarbeiten
- Praktiker, die ihr Strategie-Wissen auffrischen wollen

## NUTZEN

Der 4-tägige Executive Education Kurs vermittelt konzentriertes Strategie-Wissen mit dem Ziel, die Gesetzmässigkeiten, Instrumente und Methoden des strategischen Managements in ihren Gesamtzusammenhängen zu verstehen und in praxisgerechte Aktionsprogramme zu überführen. Sie erhalten neuestes Know-how über die Entwicklung innovativer, wettbewerbsorientierter Strategien. Sie lernen Ihr Geschäft in einem wettbewerbsintensiven Umfeld zu positionieren und Programme zu lancieren, die Unternehmenswert, Rentabilität und Leistung optimieren. Sie werden Ihre eigenen strategischen Konzepte kritisch hinterfragen und mit neuen Impulsen für eine innovative Zukunftsgestaltung zurückkehren. Methoden, Konzepte, Instrumente und wirkungsvolle Orientierungshilfen werden anhand vieler Beispiele erläutert.

## THEMEN

### Die Gesamtsystematik des Strategischen Managements

Eine Strategie-Mode jagt die andere. Ein Strategie-Projekt folgt dem nächsten, kaum dass das erste begonnen und noch lange nicht umgesetzt ist. Tun wir nicht zu viel des Guten? Was ist «must have» und was nur «nice to have»? Es geht also um die richtige Dosis bezüglich neuer Strategieansätze. Wissenschaft und Management-Praxis bieten dazu viele Einsichten. Wir zeigen, welche diese sind, wie sie einzuordnen sind und wie sie sich in der Praxis bewähren.

### Klärung des strategischen Handlungsbedarfs

Wandel ist allgegenwärtig. Er zwingt das Management, die strategische Ausgangslage laufend zu überprüfen. Veränderungen sind rechtzeitig zu antizipieren, Gefahren für das eigene Geschäft müssen erkannt werden. Gleichzeitig werden auch neue Möglichkeiten und Chancen deutlich und sollten genutzt werden. Wichtig ist es daher Entscheidungsträger für strategischen Handlungsbedarf zu sensibilisieren.

### Klassische Wettbewerbsstrategien

Zur Positionierung von Unternehmen im Wettbewerb gibt es eine Vielzahl empirischer Studien und Analysetools. Das strategische Management lehrt wie Economies of Scale erzielt werden, welche Vorteile Kostenführerschaft und Differenzierung bieten oder wie man Aktivitäten mit Hilfe der Portfoliotechnik bewertet. Diese Werkzeuge sind das Basis-Handwerkszeug des guten Strategen.

### Wachstum auf Basis von Kernkompetenzen

Etablierte Unternehmen haben gegenüber Neueinsteigern einen enormen Vorteil. Sie verfügen über wesentliche Fähigkeiten und Kompetenzen. Häufig werden diese allerdings auch als Erblasten verstanden, welche die Veränderungsfähigkeit einschränken. Zahlreiche Beispiele belegen allerdings, dass Kernkompetenzen, richtig verstanden, konsequent zum Eintritt in neue Branchen genutzt werden können.

**Market Driven Strategies, Market Driving Strategies**

Unternehmen bemühen Marktforschung, Customer Relationship Management und andere Tools, um näher am Kunden zu sein und sind dennoch nicht wirklich kundenzentriert. Im Rahmen des Seminars wird vermittelt, wie Unternehmen zu wirklichen Customer Driven Organizations werden und wie sich Kundennähe in Rendite umwandeln lässt. Inzwischen gibt es aber auch in vielen Branchen: Nightmare Competitors; Unternehmen, die sich an keine Branchenregeln halten. Bietet Ihre Branche noch Potenzial für revolutionäre Ansätze? Wie kann man diese systematisch ableiten? Im Rahmen des Blocks Market Driving Strategies wird Strategie auf höchstem Niveau betrieben, denn wenn es um das in Frage stellen etablierter Denkweisen geht, können keine Standardrezepte weiterhelfen. Die Teilnehmer/ innen lernen, kreativ das «Undenkbare» zu erschliessen.

**Die inhärente Gewinnlogik von Geschäftsansätzen**

Gewinn auf der Basis von Kosten plus Marge zu berechnen, ist banal. Interessant ist es, die Marge am geschaffenen Nutzen zu orientieren. Klassische Businesscases vernebeln oft die Gewinnlogik von Geschäftsmodellen. Im Seminar wird vermittelt, wie Sie die relevanten Stellschrauben identifizieren und nutzen.

**Implementierung der Strategie, Veränderungsmanagement**

Die Umsetzung neuer Strategien erfordert die Orientierung an Key Performance Indicators kombiniert mit einem effizienten Umsetzungscontrolling. Ebenso wichtig ist, dass die Mitarbeiter von der Sinnhaftigkeit anstehender Veränderung überzeugt, Umsetzungsbarrieren frühzeitig identifiziert und die Herzen der Beteiligten erreicht werden.

**«Brillantes Seminar. Perfekte Konfiguration der Inhalte, Tiefe sowie Abfolge.»**

Claudia Schmidt, VR Leasing AG

**«Strategie auf sehr hohem Stand mit sehr guten «Tools» und hochinteressanten Diskussionen.»**

M.K., Meleghy Automotive GmbH & Co. KG

**«Perfekt und hat meine Erwartungen weit übertroffen.»**

Sv. S., Berlin Hyp AG

## Daten

### SEMINARSPRACHE DEUTSCH

B4336	24. – 27.10. 2016	Berlin
B4346	28.11. – 01.12. 2016	Luzern
B4317	20. – 23.02. 2017	Köln
B4327	08. – 11.05. 2017	Hamburg
B4337	04. – 07.09. 2017	Tegernsee
B4347	06. – 09.11. 2017	Berlin

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 4.500.– | CHF 4.900.–**

### SEMINARSPRACHE ENGLISCH

B4326-E	29.08. – 01.09. 2016	Davos
B4317-E	06. – 09.03. 2017	Flims
B4327-E	28. – 31.08. 2017	Luzern

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 4.500.– | CHF 4.900.–**

### INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Designing & Executing Strategy (Deutsch)

Erfahren Sie in diesem zweiteiligen Programm, wie Sie für Ihre unternehmerische Praxis effizient und wirksam Strategien entwickeln und – besonders wichtig – diese auch umsetzen. 4 + 3 Tage.

## KONZEPT

Dieses 2-teilige Programm vermittelt konzentriertes Wissen und wichtige Impulse über die Entwicklung und Umsetzung erfolgsversprechender Unternehmens- und Geschäftsstrategien. Methoden, Konzepte, Instrumente und wirkungsvolle Orientierungshilfen werden anhand vieler Beispiele erläutert.

## ZIELGRUPPE

Das Seminar richtet sich an Führungskräfte, Entscheider und Spezialisten, die an der Umsetzung von neuen Strategien oder in wichtigen Veränderungsprozessen eine aktive Rolle spielen. Es ist hervorragend geeignet für Leistungsträger, die selbst Strategien entwickeln, vor allem aber für jene, von denen ein massgeblicher Beitrag in der Umsetzung (Execution) erwartet wird.

## AUFBAU

Zunächst ein hochkarätiges Strategie Seminar (4 Tage), dann ein intensives Seminar zum Thema Umsetzung (3 Tage).

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Modernes Strategisches Management in der Praxis

Strategisches Management schafft die Voraussetzungen für den Erfolg von heute und morgen. Es gilt, die richtigen Fragen zu stellen und zukunftsgerichtete Strategien zu entwickeln und umzusetzen.

- Strategisches Management – heute und morgen
- Bedeutung der Strategie für das langfristige Überleben der Organisation
- Vision, Mission und strategische Leitplanken

### Strategische Analysemethoden und Konzepte

Komplexität und Wandel prägen das unternehmerische Umfeld. Sie zwingen das Management, die strategische Ausgangslage laufend zu analysieren.

- Veränderungen in der Unternehmung und dem Umfeld rechtzeitig antizipieren
- Markt-, Konkurrenz- und Wertkettenanalysen
- Kernkompetenzen richtig einschätzen
- Den strategischen Handlungsbedarf erkennen

### Strategieentwicklung und strategische Entscheidungen

Erfolgreiche Führungskräfte steuern das Kerngeschäft. Es ist das Geschäft, von dem die Firma lebt. Wer das Kerngeschäft optimiert, schafft Freiräume: Expansion, Halten, Differenzierung, Spezialisierung, Kostenführerschaft, Plattformstrategie, Fusion, Desinvestition, Blue Ocean Strategien – unzählige

Optionen stehen zur Verfügung, und jede einzelne muss gut durchdacht sein und unterliegt speziellen Gesetzmässigkeiten.

- Was gute von schlechten Strategien unterscheidet
- Der Prozess der effektiven Strategiearbeit
- Prinzipien effektiver Positionierung
- Identifikation von Erfolgskriterien und Erfolgspotenzialen
- Instrumente zur Strategieformulierung

### Mobilisierung der Mitarbeiter-Potenziale

Wer ehrgeizige Ziele erreichen will, braucht motivierte Mitarbeiter. Andere mit dem Virus der Veränderung zu infizieren, Mitarbeiter zu Mitstreitern für gemeinsame Ziele zu machen: dies ist die zentrale Führungsaufgabe.

- Mitarbeiter effektiv in Strategieprozesse integrieren
- Erfolgreicher Umgang mit Wandel

### Implementierung und Verankerung

Grössere Unternehmen werden schwerfällig, grosse lassen sich oft nur mühsam bewegen. Aber auch viele kleinere Organisationen bekunden Mühe, das, was entschieden ist, wirklich umzusetzen. Wie können neue Strategien, neue Konzepte und neue Ideen auch tatsächlich realisiert werden?

- Erfolgreicher Umgang mit Komplexität
- Lenkung und Strategisches Controlling
- Personelle und strukturelle Entscheidungen

## Daten

B1636	1. Teil:	24. – 27.10. 2016	Berlin
	2. Teil:	28. – 30.11. 2016	Zürich
B1646	1. Teil:	28.11. – 01.12. 2016	Luzern
	2. Teil:	24. – 26.04. 2017	Zürich
B1617	1. Teil:	20. – 23.02. 2017	Köln
	2. Teil:	24. – 26.04. 2017	Zürich
B1627	1. Teil:	08. – 11.05. 2017	Hamburg
	2. Teil:	28. – 30.08. 2017	Frankfurt
B1637	1. Teil:	04. – 07.09. 2017	Tegernsee
	2. Teil:	29.11. – 01.12. 2017	Luzern

Semindauer: **7 Tage**

Seminargebühr: **EUR 6.900.– | CHF 7.600.–**

Auf Wunsch können Sie den 1. Teil und 2. Teil individuell kombinieren: Zum Beispiel 1. Teil im Sommer und 2. Teil im Herbst oder Folgejahr.

## INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren.

Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Making Strategy Work – Effektive Implementierung

Um Strategien, Konzepte und Projekte erfolgreich realisieren zu können, braucht es eine ganz besondere Fähigkeit: Kraft in der Implementierung. In diesem 3-tägigen Seminar erweitern Sie Ihre Umsetzungskompetenz: durch neues Wissen, Best Practices und wirkungsvollen Umsetzungs-Instrumenten.

## KONZEPT

Resultate – sie sind es, woran Führungskräfte, Manager und alle, die nach vorne kommen wollen, gemessen werden. Doch der Weg dorthin ist steinig. Wer Konzepte und Strategien im Unternehmensalltag umsetzen oder schwierige Projekte realisieren will, sollte zum einen resultatorientiert und ganzheitlich denken können. Gefragt ist ausserdem die Fähigkeit, Menschen zu beeinflussen und auf den Weg mitzunehmen. Und zu guter letzt strategischer Weitblick kombiniert mit der Freude am konzeptionellen Denken und Liebe zum operativen Detail. In diesem Seminar zeigen wir, wie Strategien gekonnt umgesetzt und die gewünschten Resultate erzielt werden.

## ZIELGRUPPE

- Führungskräfte, die für die Umsetzung von Initiativen und Strategien verantwortlich sind
- Mitarbeiter/innen aus allen Unternehmensbereichen und -einheiten, die ihre eigene Umsetzungskraft stärken wollen
- Fachverantwortliche und Spezialisten, die Methoden der Implementierung und Performance-Steigerung erlernen wollen

## NUTZEN

- Die Grundsätze erfolgreicher Umsetzungsarbeit
- Erfolgsentscheidende Themen: wie kann man sie schon im Vorfeld identifizieren?
- So lassen sich Ergebnisqualität und Akzeptanz steuern
- Typische Fallstricke – und wie man sie umgeht

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Lenkung, Systemgestaltung und Lösungsfokussierung

Kann man Umsetzungserfolg planen? Man kann! Erfolgreiche Implementierung fängt schon bei der Konzeption an. Erfahrene Umsetzer wissen, wo und wie sie ansetzen müssen, um ihre Ziele auch zu erreichen. Meist sind einige ganz entscheidende Eingriffe in das System der Unternehmung erforderlich. Wir zeigen Ihnen, wo und wie Sie ansetzen können/müssen, um beabsichtigte Veränderungen auch durchzusetzen.

### Steuerung mit Führungsinstrumenten

Führungsinstrumente sollen dabei helfen, geplante Veränderungen Realität werden zu lassen und den Veränderungserfolg transparent abzubilden. Sie helfen auch dabei Unternehmens-, Bereichs- und persönliche Ziele ganzheitlich abzustimmen.

### Lernen mit dem «Trial und Error»-Prinzip

Für die erfolgreiche Umsetzung von Strategien und Konzepten gibt es kein Patentrezept. Gefragt ist stattdessen die Bereitschaft, sich auf einen erfolgsorientierten Lernprozess nach dem Prinzip von „Versuch und Irrtum“ einzulassen. Offen zu sein für Lerneffekte, gepaart mit einer guten Portion an selbstorganisierendem Unternehmertum: diese Haltung erzeugt jene spezifische Dynamik, die Veränderungsprozesse erfolgreich macht.

### Mitarbeiter, Anreiz-Systeme und Kommunikation

Gekonnte Umsetzung ist nicht zuletzt eine Frage der beteiligten Menschen. Den richtigen Mitarbeiter zur richtigen Zeit für die richtige Stelle auszuwählen: wie geht das? Anreiz-Systeme können zusätzlich Motivation schaffen: wie kann man sie ziel führend einsetzen? Und schliesslich kommt es auf die richtige Kommunikation an: wie etabliert man eine Disziplin des wirkungsvollen Dialogs?

### Die Umsetzungsstärke steigern

Das Seminar vermittelt Wissen, aber auch praktische Anleitung für ihre persönliche Umsetzungsstärke. Sie können so Ihr Leistungspotenzial voll ausschöpfen und die Leistung Ihrer Organisation gezielt optimieren.

## Daten

B1136	28. – 30.11. 2016	Zürich
B1117	24. – 26.04. 2017	Zürich
B1127	28. – 30.08. 2017	Frankfurt
B1137	29.11. – 01.12. 2017	Zürich

Semindauer: **3 Tage**

Seminargebühr: **EUR 2.900.– | CHF 3.200.–**

## INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Marketing Seminar für Führungskräfte

**Markterfolg ist kein Zufall, sondern das Resultat zielgenauer und effektiver Strategien und Methoden. Dieses 4-tägige Marketing-Seminar bietet aktuellstes Wissen und praktische Instrumente ganzheitlichen Marketings und zeigt, wie man dieses Know-how optimal und wertsteigernd anwendet.**

## KONZEPT

Marketing ist Kommunikations- und Beziehungsmanagement. Marketing agiert an der Schnittstelle zwischen der Unternehmung und ihrem Umfeld, insbesondere den Kunden, und zählt damit zu den zentralen Aktionsfeldern moderner Unternehmensführung. Verstärkter Wettbewerbsdruck, verkürzte Produktlebenszyklen und Märkte, die sich immer rascher ändern: Gerade in einer globalisierten Welt rücken Marketingdenken und -methoden immer stärker in den Blickpunkt, weil sich mit ihnen realer Unternehmenswert schaffen lässt. Ein konsequent auf Kundenbedürfnisse ausgerichtetes Marketing macht es möglich, das Potenzial vorhandener Kunden besser zu nutzen, dank bedürfnisgerechter Lösungen neue Kunden zu gewinnen, Markenwert zu kreieren und nicht zuletzt profundes Markt- und Kundenwissen aufzubauen. Dabei sind Internet, Suchmaschinen, Social Media, Community Building und neue Formen der Kommunikation grosse Herausforderungen für das moderne Marketing. Sie können die Wertschöpfungsprozesse in vielen Branchen massiv verändern.

## ZIELGRUPPE

- Führungskräfte, die eine stärkere Differenzierung ihres Geschäfts gegenüber der Konkurrenz anstreben und Impulse suchen, um Markpositionen auf- bzw. auszubauen bzw. bestehende Marketing-Konzepte kritisch hinterfragen zu können
- Marketing-Praktiker, die sich in kurzer Zeit aktuellstes Wissen und neueste Impulse zum modernen Marketing aneignen sollen
- Manager und Nachwuchstalente aus Produkt-, Kunden-, Vertriebs- oder Markenmanagement, die ihr Marketing-Wissen erweitern möchten
- Führungskräfte, die sich über die Zukunft des Marketings ihrer eigenen Firma Gedanken machen und die aktuellen Trends des Digital- und Online-Marketings verstärkt – oder im Gegenteil gerade nicht – in ihr Marketing-Konzept integrieren wollen.

## NUTZEN

Dieses Marketing-Seminar hilft, Marketing als Ganzes zu verstehen und wertsteigernd einzusetzen. Sie lernen die Erfolgsfaktoren des modernen Marketings kennen und sind in der Lage, griffige Marketingkonzepte auszuarbeiten oder zu bewerten. Sie lernen, Marketing so einzusetzen, dass ehrgeizige Ziele bezüglich Produkt-, Markt- und Kundenrentabilität erreichbar werden. Auch erhalten Sie Impulse, um eine stärkere Differenzierung ihres Geschäfts gegenüber der Konkurrenz zu erreichen.

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Marketing als Erfolgsfaktor

Marketing als zentrale Unternehmensaufgabe. Aufgaben, Philosophie, Ziele und Resultate eines auf Kundennutzen und Rentabilität ausgerichteten Marketings. Zielkonflikte im Marketing. Führungsaufgaben im Marketing.

### Analyseinstrumente im Marketing-Management

Marketing beginnt beim Kunden, seinen Bedürfnissen und Problemen. Welche Instrumente der Kunden- und Marktanalyse gibt es, und wie wendet man sie an? Doch die Konkurrenz schläft nie: Deshalb sind Wettbewerbsanalysen wichtig, die Aufschluss über die eigene Wettbewerbsposition geben. Wie erstellt man eine Konkurrenzanalyse? Wie funktioniert eine vorausschauende Umweltanalyse, wie effektive Marktforschung? Wie nimmt man zielgerichtete Auswertungen und Interpretationen vor?

### Veränderungen durch Online-Trends

- Was will der vernetzte Kunde der Zukunft?
- Wo ist der Verkaufspunkt der Zukunft?
- Wie verändern sich Kaufentscheidungen, Kaufprozesse, Lieferlogistik?
- Braucht es Zwischenhandel oder geht alles direkt?
- Weitere, teilnehmerspezifische Fragestellungen

### Die Marketing-Strategie

Die richtigen Marketingziele bestimmen. Alternative Marketing-Strategien im Überblick. Welche Marketing-Strategien sind in welchen Situationen zielführend? Differenzierung und Kundennutzen. Preisaggressive Strategien. Die eigene Marketing-Strategie bestimmen. Die Marke innerhalb der Marketing-Strategie: Welche Positionierung und welche Kundensegmentierungen versprechen Erfolg? Welche sind gefährlich oder unrentabel und sollten daher gemieden werden? Gerade im Marketing ist konzentrierter Mitteleinsatz unerlässlich. Wir zeigen, wie man gezielt mit Kunden-, Länder- und Vertriebsportfolios arbeitet.

**Branding, Marken, Corporate Identity**

Die Marke ist das Gesicht eines Produktes. Warum jedes Geschäft eine Marke braucht. Emotionen in der Markenführung. Wie baut man eine Marke auf? Was bedeutet konsequente Markenführung? Der Markenwert macht einen Großteil des Gesamtunternehmenswerts aus. Mit welchen Mitteln und Methoden lässt sich dieser weiter steigern?

**Zentrale Elemente des Marketing-Mix**

Von der Idee zur Innovation zur Cash Cow: Faktoren der Produktleistungsgestaltung. Warum ist der Produktlebenszyklus so wichtig? Die richtige Sortimentspolitik. Die Marke innerhalb des Marketing-Mix. Die richtigen Preise: wie legt man sie fest und setzt sie auch durch? Über die Resultate entscheidet letztlich der Verkauf, daher müssen die Absatzwege richtig gewählt sein. Welche Verkaufs- und Vertriebsstrategien sind sinnvoll, und wie setzt man sie um? Wie gestaltet man die Kommunikation? Wie kann der Budget- und Ressourcenbedarf ermittelt werden?

**Offensive Marktbearbeitung und Kundenbindung**

Ziel einer offensiven Marktbearbeitung ist es, die Potenziale vorhandener Kunden besser zu nutzen und neue, vielversprechende Kunden hinzuzugewinnen. Wichtige Instrumente hierfür sind CRM und Key Account Management, aber auch Customer Value- und Lifecycle-Konzepte. Und immer wichtiger: Social Media.

**Online Marketing**

Überblick über die Themen des Digital und Online Marketings. Bedeutung der neuen Online-Trends für das Marketing einzelner Branchen. Verdrängung bestehender Geschäftsmodelle? Welche Online-Konzepte für das eigene Unternehmen von grosser Bedeutung sein werden

**Erfolg am Verkaufspunkt**

Über den Markterfolg entscheidet letztlich die Leistung der Verkäufer. Wie optimiert man die eigene Verkaufsstärke? Wie funktionieren B2B-, B2C-, One-to-one-Marketing? Was wissen wir über neue Entwicklungen im Käuferverhalten?

**Marketing und Rentabilität**

Resultatorientiertes Marketing muss über die Wirksamkeit der eingesetzten Marketinginstrumente bescheid wissen. Wir zeigen Zielsetzungen, Mittel und Methoden effektiver Evaluation.

**«Praktische Beispiele und lebendige Diskussionen wurden mit einer adaptierbaren Toolbox hervorragend hinterlegt!»**

Lars Hinrichsen, Sopria Steria GmbH

**«Lebendige Dozenten, sehr kurzweilig, mit viel Praxisbezug.»** Carsten Ackermann, Nikon GmbH

## Daten

**SEMINARSPRACHE DEUTSCH**

B5026	29.08. – 01.09. 2016	Berlin
B5036	21. – 24.11. 2016	Köln
B5017	20. – 23.03. 2017	Berlin
B5027	28. – 31.08. 2017	Luzern

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 3.500.– | CHF 3.900.–**

**SEMINARSPRACHE ENGLISCH**

B5026-E	05. – 08.12. 2016	Berlin
B5017-E	24. – 27.04. 2017	Frankfurt
B5027-E	13. – 16.11. 2017	Berlin

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 3.900.– | CHF 4.300.–**

**INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN**

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren.

Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Boston Marketing- & Vertriebsprogramm

Aktuelles Praxis-Wissen über die Erfolgsfaktoren eines modernen Marketing- und Vertriebsmanagements bietet dieses 2-teilige Programm.

## KONZEPT

In Marketing und Vertrieb stecken oft enorme Optimierungsmöglichkeiten. Etwa dann, wenn es gelingt, dank neuem Kundennutzen sich von der Konkurrenz zu unterscheiden. Oder dort, wo bestehende Kundenbeziehungen vertieft und die Potenziale des Kunden besser genutzt werden können. Und erst recht dann, wenn man es schafft, ein attraktives Leistungsangebot auch wirklich optimal zu vermarkten und zu verkaufen. Marketing und Vertrieb sind breit gefächert. Wir zeigen, was gutes Marketing ist und – vor allem – was es bewirkt. Damit Marketing-Ziele erreichbar sind, braucht es die richtige Marketing-Strategie, die operative Umsetzung und Verdichtung im Marketing Mix, das richtige Vermarktungs-Konzept und Stärke im Vertrieb. Die Gestaltung eines wirkungsvollen Verkaufs und Vertriebs entscheidet letztlich über den Erfolg am Markt. Das 2-teilige Programm zeigt die Erfolgsfaktoren eines modernen Marketing- und Verkaufsmanagements auf.

## ZIELGRUPPE

- Marketing-, Vertriebs- und Verkaufsleiter
- Geschäftsführer und Unternehmer
- Verantwortliche aus Produkt- oder Markenmanagement
- Führungskräfte aus dem Vertrieb und Marketing

## AUFBAU

1. Teil: 4-tägiges Marketing-Seminar zu den Zusammenhängen zwischen Marktposition, Kundennutzen, Marketing Mix und Markterfolg.
2. Teil: 3-tägiges Seminar zu den zentralen Themen eines modernen Vertriebs- und Verkaufsmanagements.

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Wirksames Marketing und Marketing Ziele

- Kundenbedürfnisse als Ausgangsbasis für gutes Marketing
- Kundenprobleme als Orientierung für rentable Geschäftsbeziehungen
- Zentrale Ziele für Marketing und Vertrieb
- Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalysen: Was wissen wir wirklich vom Markt?

### Strategisches Marketing und Markt-Positionierung

- Wesentliche Elemente einer Marketing-Strategie
- Segmentierung, Corporate Identity, Markenführung und Preis-Leistungs-Strategien
- Marketing für Innovationen
- Die eigene Marketing-Strategie bestimmen

### Operative Umsetzung und Marketing Mix

- Die Produkt-, Leistungs- und Programmpolitik
- Preis- und Konditionengestaltung: die wichtigsten Hebel
- Kommunikation: Die zur Verfügung stehenden Instrumente
- Distribution und Vertrieb: Wahl der Absatzwege
- Online Marketing und Social Media integrieren
- Tools, um den Marketing Mix zu koordinieren
- Die laufende Kontrolle der Marketing Mixes

### Management der Kundenakquisition

- Das Verkaufskonzept
- Die Gestaltung eines wirkungsvollen Verkaufsprozesses
- Vertriebs-Stärke planen und realisieren

### Management der Kundenbeziehungen

- Kundenloyalität und Preispolitik
- Customer Value – den Kundenwert ermitteln
- Marketing und Verkauf im Grosskundengeschäft
- Aktives Key Account-Management

### Vertriebsführung, Verkaufsrentabilität

- Aufbau und Vergütung der Vertriebsorganisation
- Management der internen Erfolgsfaktoren
- Mitarbeiter führen, Leistungsträger entwickeln
- Planung, Budgetierung und Controlling

## Daten

B1426	1. Teil:	29.08. – 01.09. 2016	Berlin
	2. Teil:	05. – 07.12. 2016	Frankfurt
B1436	1. Teil:	21. – 24.11. 2016	Köln
	2. Teil:	05. – 07.12. 2016	Frankfurt
B1446	1. Teil:	21. – 24.11. 2016	Köln
	2. Teil:	20. – 22.02. 2017	Luzern
B1417	1. Teil:	20. – 23.03. 2017	Berlin
	2. Teil:	19. – 21.06. 2017	Tegernsee
B1427	1. Teil:	28. – 31.08. 2017	Luzern
	2. Teil:	20. – 22.11. 2017	Berlin
B1437	1. Teil:	16. – 19.10. 2017	Berlin
	2. Teil:	20. – 22.11. 2017	Berlin

Seminardauer: **7 Tage**

Seminargebühr: **EUR 5.900.– | CHF 6.500.–**

## INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren.

Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.



# Verkaufs- & Vertriebsmanagement Seminar

**Gutes Marketing allein genügt nicht. Erst Verkauf und Vertrieb entscheiden über Erfolg oder Misserfolg. Das 3-tägige Seminar zeigt, was es braucht, um ehrgeizige Strategien und Ziele im Vertrieb zu realisieren und in messbare Resultate überführen zu können.**

## KONZEPT

Ob Marketing-Aktivitäten erfolgreich sind oder nicht, entscheidet sich einzig und allein im Vertrieb. Erst hier zeigt sich, ob die konzeptionellen Vorleistungen Früchte tragen. Denn selbst das beste Marketing-Konzept kann durch schwaches Verkaufsmanagement, ungenügende Verkäuferleistung und Vertriebsprobleme zunichte gemacht werden. Was es braucht, ist ein überzeugendes Vertriebskonzept, dazu wirkungsvolle Verkaufsprozesse und hoch motivierte Leistungsträger und Verkaufsmitarbeiter als Bindeglied zwischen dem Unternehmen und seinen Kunden.

Jeder, der Ergebnis- oder Umsatzverantwortung trägt oder sich auf eine entsprechende Position vorbereitet, ist unmittelbar mit diesen Themen konfrontiert – auch wenn er oder sie nicht selbst im Vertrieb tätig ist. In diesem 3-tägigen Seminar zeigen wir, wie man den Wirkungsgrad des Verkaufs- und Vertriebsmanagements analysiert, steuert und optimiert.

## ZIELGRUPPE

- Vertriebsleiter, Key Account Manager und Vertriebs-Controller, die ihr Wissen auffrischen wollen
- Führungskräfte, die eine Position innehaben bzw. sich auf eine Position vorbereiten, für die Wissen zum Verkaufs- und Vertriebs-Management unabdingbar ist
- Marktorientierte Manager, die Verkaufskonzepte erstellen oder überprüfen müssen
- Aussen- und Innendienstmitarbeiter, die ihr Verkaufswissen mit einer grosse „Portion“ Praxis anreichern wollen

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Modernes Vertriebsmanagement

- Grundlagen, Best Practices und Trends
- Vertrieb- und Verkauf im Kontext von Unternehmensführung, Strategie und Marketing
- Wirkung und Resultate erfolgreichen Vertriebs- und Verkaufsmanagements
- Digitalisierung und Vertrieb

### Bausteine einer erfolgreichen Vertriebsstrategie

- Kundendefinitionen und Kundennutzen
- Marktsegmentierung und Wettbewerb
- Vertriebsstufen optimieren
- Neue Vertriebswege im B2B- und B2C-Marketing

### Vertriebsmanagement in der Praxis

- Die eigene Vertriebsstrategie erarbeiten
- Bedeutung, Aufbau und Vergütung der Vertriebsorganisation
- Mitarbeiter führen, die Kultur im Vertrieb entwickeln
- Informationssysteme und Kennzahlen zum Vertriebscontrolling
- Social Media im Vertrieb, Social CRM

### Gekonntes Key Account Management

- Warum KAM? Grundlagen, Ziele und Organisation
- Key Account Management firmenspezifisch aufbauen
- Der richtige Umgang mit Schlüsselkunden
- Anforderungen an den Key-Account Manager

### Best Practices und Hebel für mehr Produktivität in Vertrieb und Verkauf

- Erfolgsprinzipien für wirksamere Vertriebsprozesse
- Erfolgsprinzipien für höhere Kundenbindung
- Erfolgsprinzipien in der Vertriebsführung
- Steuerung und Controlling der Vertriebsaktivitäten

## Daten

B5336	05. – 07.12. 2016	Frankfurt
B5317	20. – 22.02. 2017	Luzern
B5327	19. – 21.06. 2017	Tegernsee
B5337	20. – 22.11. 2017	Berlin

Seminardauer: **3 Tage**

Seminargebühr: **EUR 2.900.– | CHF 3.200.–**

## INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Strategisches Vertriebsmanagement

Das 2-teilige Programm vermittelt die Schlüsselprinzipien eines auf Kundennutzen ausgerichteten strategischen Vertriebsmanagements und zeigt, wie Sie im Verkauf noch bessere Ergebnisse erzielen. 4+3 Tage.

## KONZEPT

Das wirtschaftliche Umfeld ist gekennzeichnet durch dauerhaft hohen Preisdruck, immer härteren Wettbewerb und gleichzeitig wachsende Kundenansprüche. Dauerhaft erfolgreiche Unternehmen haben daher Führungskräfte, die umfassenden Kontakt zum Markt suchen und dieses Wissen bei der strategischen Ausrichtung des Unternehmens einbringen können. Damit dies nahtlos möglich ist, müssen Führungskräfte und Manager das System des Strategischen Managements und die zentralen Elemente des Vertriebs verstehen. Teil 1 des Programms besteht daher aus einem Strategie-Seminar. Die darin vermittelten Themen zu strategischem Denken, Wettbewerbsvorteilen und Kundennutzen stellen den Rahmen für das Verkaufsmanagement dar. Es sind jene Vorgaben und Weichenstellungen, welche die Basis für Verkaufskonzepte und die tägliche Arbeit mit Kunden und Absatzpartnern am Markt darstellen. Letzendlich lässt sich der Erfolg von Strategien nur am Verkaufspunkt messen, dort wird umgesetzt, was in Strategie und Marketing ausgeheckt und in der Technik und Produktion erstellt wird. Stockt der Verkauf, kommt das ganze Unternehmen in Schwierigkeiten. Ein wirkungsvoller Verkauf und Vertrieb entscheidet somit über das Wohlergehen des Unternehmens. Teil 2 beschäftigt sich daher mit der «Managementaufgabe Verkauf».

## ZIELGRUPPE UND AUFBAU

- Verkaufsleiter, Vertriebsleiter, Key Account Verantwortliche
- Führungskräfte, Praktiker und Spezialisten aus markt- und kundennahen Bereichen
- Geschäftsführer und Unternehmer

**Teil 1:** Strategisches Management. Der konzeptionelle Oberbau für den Verkauf. 4 Tage.

**Teil 2:** Vertriebsmanagement: Vom Konzept zu Verkaufserfolg. 3 Tage.

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Das erfolgreiche Unternehmen

- Gesamtperspektive Erfolg
- Rolle des Verkaufs im Ganzheitlichen Management

### Kundennutzen als Daseinsberechtigung des Unternehmens

- Marktposition halten, pflegen, ausbauen
- Innovation und Neue Geschäftsmodelle

### Die Strategie für Erfolg im laufenden Geschäft

- Erfolgs-Strategien im laufenden Geschäft

- Erfolgs-Strategien für das Geschäft der Zukunft

### Der Prozess des Strategie-Designs

- Strategie-Optionen erarbeiten und bewerten
- Interessen des Verkaufs in den Strategieprozess einbringen
- Die bestmögliche Strategie erarbeiten

### Verkaufs- und Vertriebsmanagement

- Von der Strategie zum Verkaufs-Konzept
- Überführung strategischer Ziele in Ziele zu Marktanteil, Umsatz, Ergebnis
- Schwerpunkt-Bildung durch Portfolio-Management

### Vertriebskanal-Management

- Bestehende Kanäle optimieren, neue aufbauen
- Gestaltung wirkungsvoller Verkaufsprozesse
- Internet als Vertriebskanal

### Führen der Verkaufsorganisation

- Strategiekonformer Einsatz der Ressourcen im Verkauf
- Die richtigen Anreize schaffen
- Kompetenzen für Verkaufserfolg erweitern

### Langfristige Kundenbeziehungen aufbauen

- Theorie und Praxis des Account Managements
- Analyse und Bewertung von Entscheidungs-Strukturen
- Beziehungsmanagement

## Daten

B2636	1. Teil:	24. – 27.10. 2016	Berlin
	2. Teil:	05. – 07.12. 2016	Frankfurt
B2646	1. Teil:	28.11. – 01.12. 2016	Luzern
	2. Teil:	05. – 07.12. 2016	Frankfurt
B2656	1. Teil:	28.11. – 01.12. 2016	Luzern
	2. Teil:	20. – 22.02. 2017	Luzern
B2617	1. Teil:	20. – 23.02. 2017	Köln
	2. Teil:	19. – 21.06. 2017	Tegernsee
B2627	1. Teil:	08. – 11.05. 2017	Hamburg
	2. Teil:	19. – 21.06. 2017	Tegernsee
B2637	1. Teil:	04. – 07.09. 2017	Tegernsee
	2. Teil:	20. – 22.11. 2017	Berlin
B2647	1. Teil:	06. – 09.11. 2017	Berlin
	2. Teil:	20. – 22.11. 2017	Berlin

Seminardauer: **7 Tage**

Seminargebühr: **EUR 6.400.– | CHF 6.900.–**

Auf Wunsch können Sie den 1. Teil und 2. Teil individuell kombinieren: Zum Beispiel 1. Teil im Sommer und 2. Teil im Herbst oder Folgejahr.

# Finanzkompetenz & Controlling

**Von Kennzahlenanalyse bis Investitionsentscheidung: Führungskräfte, Nachwuchskräfte und Fachkräfte aller Bereiche lernen in diesem 4-tägigen Seminar Zusammenhänge und Instrumente der finanziellen Führung kennen, verstehen und aktiv zu nutzen.**

## KONZEPT

Kompetenz in Themen der finanziellen Führung gehört zu den unverzichtbaren Kernbereichen resultatorientierten Managements. Sie erfordert allerdings weit mehr und vor allem anderes als die Fähigkeit zur korrekten Anwendung von Buchungssätzen: Erst die umfassende Kenntnis und ein solides Verständnis finanzwirtschaftlicher Instrumente und Analysen ermöglichen einen verantwortlichen Umgang mit finanziellen Themen. Planung und Budgetierung, Kostenrechnung, Kennzahlenanalyse oder die Erstellung von Wirtschaftlichkeitsrechnungen: nur wer mit diesen Dingen hinreichend vertraut ist, kann an notwendigen Entscheidungsprozessen im Finanzbereich produktiv mitwirken. Dieses 4-tägige Seminar zeigt Führungskräften, Nachwuchskräften und Spezialisten aus allen Bereichen, wie man diese Aufgaben erfolgreich bewältigt und schafft eine ausbaufähige Kompetenz-Grundlage, die es den Teilnehmenden ermöglicht, finanzielle Ergebnisse mit wachsender Verantwortung sogar zunehmend selbst zu steuern.

## ZIELGRUPPE

- Führungskräfte, Profit Center-Verantwortliche, Manager, Bereichs- und Abteilungsleiter(innen), die nur geringe Kenntnisse im Finanz- und Rechnungswesen haben oder ein Update wünschen
- Nachwuchskräfte und Fachkräfte aus allen Bereichen, die im Rahmen von Planung, Budgetierung, Investitionen oder Controlling vermehrt selbst finanzielle Überlegungen anstellen, Entscheidungen treffen und vertreten müssen
- Techniker, Naturwissenschaftler, Juristen, Ingenieure, HR-Spezialisten u. a., die die wichtigsten Zusammenhänge der finanziellen Unternehmensführung überblicken wollen

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Die finanzielle Führung

- Wie funktioniert finanzielle Unternehmensführung, wie das Rechnungswesen? Aufgaben und Zusammenhänge
- Von der Erfolgsrechnung über die Bilanz zur Cash Flow Rechnung: Instrumente und Methoden im Überblick
- Finanzierung, Finanzierungsarten

### Finanzielle Ziele verstehen, Umgang mit Kennzahlen

- Finanzielle Zielvorgaben von oben und wie man sie umsetzt
- Wichtige Kennzahlen

### Investitionen

- Wirtschaftlichkeitsrechnungen
- Investitionsentscheidungen

### Planung und Budgetierung

- Die konzeptionelle Basis von Planung und Budgetierung
- Aufbau erfolgsorientierter Planung und Budgetierung
- Umsatz-, Gewinn- und Cash-Flow-Ziele

### Kostenmanagement

- Kostenstrukturen und Kostenarten
- Deckungsbeitragsrechnung
- Kalkulation und Preisfindung

### Controlling

- Kennzahlen-Systeme zur Steuerung
- Controlling-Berichte verstehen und richtig auswerten

### Business-Plan

- Die Struktur eines professionellen Business-Plans
- Die Plausibilität der eigenen Planung prüfen und belegen

**«Sehr anschaulich und lehrreich: direkte Anwendbarkeit führt zu sehr grossem Nutzen.»**

B.W., AbbVie Deutschland GmbH & Co.KG

**«Vielen Dank für die interessante Tage. Es war für mich wichtig und hilfreich diese finanzielle Themen an praktischen Beispielen zu rechnen.»**

S.W., Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH

## Daten

### SEMINARSPRACHE DEUTSCH

B0836	24. – 27.10. 2016	Berlin
B0817	13. – 16.03. 2017	Köln
B0827	25. – 28.09. 2017	Luzern
B0837	13. – 16.11. 2017	München

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 3.500.– | CHF 3.900.–**

### SEMINARSPRACHE ENGLISCH

B0826-E	26. – 29.09. 2016	Davos
B0817-E	15. – 18.05. 2017	Flims
B0827-E	25. – 28.09. 2017	Davos

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 3.500.– | CHF 3.900.–**

### INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren.

# Finanzmanagement Seminar für Executives

Wirkungsvolle finanzielle Steuerung ist ein integraler Bestandteil resultatorientierten Managements. Führungskräfte mit Ergebnisverantwortung aus allen Bereichen erweitern und vertiefen in diesem 4-tägigen Seminar ihr finanzwirtschaftliches Wissen.

## KONZEPT

Dieses 4-tägige Seminar richtet sich an Führungskräfte mit Ergebnisverantwortung für Unternehmen, Geschäftsfelder, Business Units oder Profit Centers. Denn diese tragen die Verantwortung für das Finanzmanagement. Und treffen Entscheidungen, die massgeblich das finanzielle Wohlergehen und die unternehmerische Stabilität bestimmen. Das Seminar zeigt, wie diese finanzielle Führungsaufgabe wahrzunehmen ist, um exzellente finanzielle Resultate und gesunde Cashflows zu bewirken.

## ZIELGRUPPE

- Executives, General Manager, Unternehmer
- Geschäftsführer, Mitglieder der Geschäftsleitung
- C-Level Führungskräfte
- Leiter/innen von bedeutenden Bereichen, Business Units, Profit Centers
- Führungskräfte, die auf eine Schlüsselposition mit Ergebnisverantwortung vorbereitet werden sollen

## THEMENSCHWERPUNKTE

### Die finanzielle Führungsaufgabe im Überblick

- Finanzanalyse, Bilanz und Erfolgsrechnung
- Gewinn- und Kostenmanagement
- Liquidität und Rentabilität
- Finanzielle Wertschaffung, Steigerung des Unternehmenswerts
- Controlling

### Finanzielle Zielsetzung

- Wie ehrgeizige, aber aus Geschäfts- und Marktlogik abgeleitete Gewinnziele festgelegt werden
- Wie überdurchschnittliches Unternehmens-Ergebnis bereits mit der richtigen Gewinnplanung beginnt
- Wie Unternehmenswert berechnet wird

### Kapitaleinsatz

- Kapitaleinsatz als «Rendite-Killer»
- Kapitaleinsatz als strategischer Wettbewerbsvorteil
- Bestimmen der richtigen Wertschöpfungs-Tiefe
- In- oder Outsourcing?
- Kostenvariabilisierung durch Konzentration auf Kern-Funktionen

### Kapitalkosten, moderne Finanzierung

- Die Kosten des Kapitals senken
- Moderne Formen der Finanzierung
- Eigen- oder Fremdfinanzierung?
- Die Logik des Kapitalmarktes
- Verhandeln mit Banken
- Ratingentscheidungen verstehen

### Investitionen und finanzielle Entscheidungen

- Entscheidungskriterien
- Steigende Kapitalintensität als Gefahr für Renditeziele
- Investieren, wo nötig
- Make-or-buy: Das Optimum an Wertschöpfungs-Tiefe

### Liquiditätssteuerung, Working Capital Management

- Vorsicht Liquiditätsfalle!
- Wie viel Liquiditätsreserve sein muss
- Instrumente zur Liquiditätssteuerung
- Working Capital Management

### Steigerung des Unternehmenswerts

- Einflussfaktoren auf Rendite und Unternehmenswert
- Hebel zur Ergebnissteuerung
- Massnahmen zur Ergebnisverbesserung
- Cash Flow-Ziele erreichen
- Verlustquellen beseitigen
- Ungenutzte Ergebnisverbesserungs-Potenziale nutzen
- Zementierte Fixkosten als Verlust an Flexibilität

### Rentables Wachstum

- Die minimal nötige Grösse überschreiten
- Wachstum in wachsenden Märkten
- Wachstum in stagnierenden Märkten
- Rentables Wachstum: wie vorgehen?

### Das Design der Kostenstrukturen

- Die zulässigen Kosten bestimmen
- Das vom Markt her vertretbare Kostenkonzept designen
- Den auf die Schwankungslogik des Geschäfts abgestimmten Break even Punkt vorgeben
- Kostenführerschaft anstreben: ja oder nein?
- Standortentscheidungen

**Zukäufe, Mergers & Acquisitions**

- Unternehmen und Unternehmensteile zukaufen
- Zukauf von Marktanteil
- Zukauf von Grösse, wirklichen oder vermeintlichen Synergien und Erfahrungseffekten
- Einkauf in neue Geschäfte und neue Kernkompetenzen
- Bewertung, Due Diligence

**Restrukturierung und Portfolio-Bereinigung**

- Die Notwendigkeit zur Restrukturierung frühzeitig erkennen
- Rentable und unrentable Geschäfte erkennen
- Lebensfähige Unternehmensteile sichern
- Nicht lebensfähige Unternehmensteile abspalten
- Ein tragfähiges Restrukturierungs-Konzept entwickeln
- Unternehmens-Portfolio und Portfolio-Bereinigung

**Sanierung und Turnaround**

- Die Sanierungsfähigkeit belegen
- Das Sanierungs-Konzept
- Den Turnaround schaffen

**Controlling und Planung**

- Was ist zu steuern, um die finanzielle Führung effektiv wahrnehmen zu können?
- Welche Controlling-Instrumente sind dafür nötig und zeigen sie Abweichungen rechtzeitig auf?

**Führen mit Kennzahlen**

- Welche Kennzahlen erlauben eine Reduktion der finanziellen Führungsaufgabe auf das Wesentliche?
- Was beinhaltet ein «fact book» als komprimiertes Controlling-Instrument?
- Geschäftsmodelle mit Kennzahlen bewerten

**«Jeder Executive sollte dieses Finanzmanagement Seminar gemacht haben. Super Überblick, viele aktuelle Beispiele und ausgeprägte, spannende Diskussionen.»**

Josef Fiala, ASFINAG Service GmbH

**«Treffende Inhalte vorgetragen mit extremer Praxis-Relevanz und lebhaft präsentiert anhand von «Life-Beispielen». Sehr gute Dozenten.»**

Michael Schreyögg, MTU Aero Engines AG

**«Relevant. Erstaunlich praxisbezogen. Sehr guter Mix aus Theorie und Praxisbeispielen.»**

Malte C. Blumenthal,  
CTS EVENTIM AG & Co. KGaA

**«Sehr gute Auffrischung von bestehenden Kenntnissen. Sehr guter Praxisbezug.»**

Torsten Wunderlich, Flughafen Hamburg GmbH

## Daten

**SEMINARSPRACHE DEUTSCH**

B8236	06. – 09.09. 2016	Berlin
B8246	07. – 10.11. 2016	Köln
B8217	06. – 09.03. 2017	Hamburg
B8227	19. – 22.06. 2017	Berlin
B8237	14. – 17.11. 2017	Frankfurt

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 4.500.– | CHF 4.900.–**

**SEMINARSPRACHE ENGLISCH**

B8226-E	14. – 17.11. 2016	Luzern
B8217-E	19. – 22.06. 2017	Davos
B8227-E	23. – 26.10. 2017	Brunnen

Seminardauer: **4 Tage**

Seminargebühr: **EUR 4.500.– | CHF 4.900.–**

**INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN**

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# Controlling als Führungsaufgabe

Effektives Controlling schafft Transparenz und sichert gute Ergebnisse. Neustes Wissen zum modernen Controlling und ein griffiges Controlling-Instrumentarium vermittelt dieses 3-tägige Seminar.

## KONZEPT

Wer sich als Führungskraft für den Erfolg des Unternehmens engagiert, plant ehrgeizig, budgetiert optimistisch und anspruchsvoll. Um zu sehen, ob die Zielerreichung gelingen wird, braucht es Daten und Auswertungen aus dem Bereich des Controlling. Diese muss man verstehen, interpretieren und in geeignete Anpassungs-Massnahmen überführen. Zugleich sollen dabei auch latente Risiken im Auge behalten und Chancen erkannt und genutzt werden. Dieses 3-tägige Seminar der Boston Business School vermittelt Führungs- und Fachkräften auf praxisorientierte Weise die Aufgaben, Zielsetzungen und Instrumente des modernen Controllings.

## ZIELGRUPPE

- Geschäftsführer, Leiter von Bereichen und Abteilungen
- Führungskräfte und Manager ausserhalb des Finanzbereichs, die ein vertieftes Controlling-Verständnis benötigen
- Nachwuchsführungskräfte, die sich auf eine Tätigkeit mit Ergebnisverantwortung vorbereiten

## THEMEN

### Modernes Controlling

- Controlling als Steuerungs- und Führungsinstrument
- Methoden und Wirkungsmechanismen im Überblick
- Planung und Budgetierung als Ausgangspunkt
- Die wichtigsten Kennzahlen und Controlling-Inhalte

### Die eigene Controlling-Aufgabe

- Controlling als Problemlösungsansatz
- Controlling im Rahmen eines integrativen Management-Ansatzes
- Das betriebliche Rechnungswesen aus Management-Sicht
- Anforderungen und Wünsche an die Finanz- und Controlling-Abteilung: wie definiert man sie?

### Strategisches Controlling

- Strategisch relevante Grössen: wie bestimmt und steuert man sie?
- Investitionsmanagement
- Gap Analyse, Produktlebenszyklus-Analyse, Target Costing und andere Instrumente
- Gekonntes Benchmarking: wie geht das?
- Kontinuierliches «Scanning» und «Monitoring» der strategischen Prämissen und Resultate
- Corporate Governance und Risiko-Management

### Operatives Controlling

- Welche Planungsverfahren gibt es?
- Budgetabweichungen: wie erkennt man sie frühzeitig?
- Vorsorge: Wie sichert man sich gegen negative «Überraschungen» ab?
- Kosten- und Leistungsrechnung

### Rasche Reaktion bei Abweichungen

- Rechtzeitige Vorsorge mit Negativ-Szenarien und Krisenplänen
- So richtet man ein Frühwarnsystem ein
- Kennzahlen-Systeme und wie sie genutzt werden

### Modernes Berichtswesen und Reporting

- Management-Informationen-Systeme: was müssen sie leisten?
- So stellt man Transparenz her
- Balanced Scorecard und andere Controlling-Tools

### Value-Management

- Die Steuerung des Unternehmenswerts
- Werttreiber: so bestimmt und nutzt man sie
- Gewinnhebel identifizieren und einsetzen

## Daten

B8426	21. – 23.11. 2016	Zürich
B8417	03. – 05.04. 2017	Luzern
B8427	28. – 30.08. 2017	Frankfurt
B8437	11. – 13.12. 2017	Berlin

Seminardauer: **3 Tage**

Seminargebühr: **EUR 2.900.– | CHF 3.200.–**

## INHOUSE DURCHFÜHRUNGEN

Für firmeninterne Durchführungen – auf Wunsch auch massgeschneidert – können Sie uns gerne unter +41(0)43 499 40 20 oder [projects@bostonprograms.com](mailto:projects@bostonprograms.com) kontaktieren. Wir führen unsere Veranstaltungen weltweit und polyglott durch.

# ADMINISTRATION

## Anmeldung

Ihre Anmeldung nehmen wir gerne per Post, Fax, Internet oder E-Mail entgegen. Bitte füllen Sie untenstehende Anmeldekarte vollständig aus und senden oder faxen Sie uns diese zu. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie von uns die schriftliche Anmeldebestätigung, Angaben zum Seminarort und Hotel sowie die Rechnung für die Seminargebühr. Sind keine freien Plätze verfügbar, werden Sie unverzüglich darüber informiert. Kleinere Programmänderungen und UmDispositionen von Referenten oder Hotels bleiben vorbehalten.

## Umbuchung, Annullierung

Ein Seminarbesuch kann aus zwingenden Gründen von einem Termin auf die nächste Durchführung verschoben werden. Wird eine solche (im Ausnahmefall) nicht durchgeführt, so erfolgt die Umbuchung auf ein Seminar resp. Programm mit ähnlichen Inhalten. Eine Umbuchung ist nur einmalig und nur bis 6 Wochen vor Seminarbeginn möglich. Die Umbuchungsgebühr beträgt EUR 300.–. Die Annullierung einer Anmeldung ist bis 4 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Danach werden bei einem Rücktritt bis 6 Wochen vor Seminarbeginn 40% der Seminargebühr verrechnet. Erfolgt der Rücktritt innerhalb von 6 Wochen vor Seminarbeginn, so ist die gesamte Seminargebühr zu entrichten. Eine Vertretung kann bis 3 Tage vor Seminarbeginn gebucht werden.

## Seminargebühren

In der Seminargebühr enthalten sind das Kurshonorar (ohne allfällige Mehrwertsteuer) sowie ausführliche Seminarunterlagen. Auch enthalten ist eine Teilnahmebestätigung bzw. ein Zertifikat über den Besuch des Kurses. Nicht inbegriffen sind die anfallenden Kosten für Unterkunft und Verpflegung sowie der Tagespauschalen-Anteil. Die Seminargebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro entrichtet werden.

## Studiengebühren

Die Studiengebühr für unsere Studien-Programme beinhaltet die Kosten für den Studienteil, die Seminare, den Lehrstoff und die Seminarunterlagen. Nicht inbegriffen sind die Kosten für Unterkunft und Verpflegung, die direkt dem Hotel zu

bezahlen sind, sowie die Kosten für die Prüfungsgebühr (wo vorgesehen) in Höhe von CHF 700.– / EUR 600.– (ohne allfällige MwSt.).

## Unterkunft, Verpflegung

Unsere Veranstaltungen finden in Seminar-Zentren, meist 4- oder 5-Sterne-Hotels statt. Die Teilnehmenden übernachten im Seminarhotel oder in einer selbst gewählten Unterkunft. Die Übernachtungskosten sind in der Seminargebühr nicht enthalten. Die Hotels stellen den Teilnehmenden individuell Rechnung, die Hotelrechnung ist am letzten Seminartag beim Auschecken durch den Teilnehmenden zu bezahlen. Die Tagespauschale (inkl. Mittagessen) ist zusammen mit den sonstigen Aufwendungen wie Getränke u.a. vom Teilnehmer am letzten Seminartag direkt an das Hotel zu bezahlen, sofern sie nicht im Halbpension-Preis bereits inbegriffen ist. Details siehe Zimmerreservations-Blatt. Dies ermöglicht es, eine Unterkunft eigener Wahl (von Economy bis Luxus – Seminarhotel oder auswärts) zu buchen und vor allem auf Preisaktionen und günstige Angebote für Flug und Unterkunft der Reiseanbieter zurückzugreifen.

## Versicherung

Es ist Sache der Teilnehmer/innen, allfällige Versicherungen abzuschliessen. Boston Business School erbringt keine Versicherungsleistungen und kann für Schäden aus Unfall, Krankheit, Diebstahl, usw. nicht haftbar gemacht werden. Wir empfehlen eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherung abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

## Anreise zum Standort

Zusammen mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie Angaben zu Hotel und Anreise. Weitere Informationen zu unseren Seminarzentren finden Sie im Internet unter [www.bostonprograms.com](http://www.bostonprograms.com).

Alle früheren Angaben und Preise verlieren ihre Gültigkeit. Die vollständigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) finden Sie im Internet unter [www.bostonprograms.com/AGB](http://www.bostonprograms.com/AGB)

## ANMELDE- KARTE

Bitte senden oder faxen Sie den Anmeldecoupon an:

Boston Business School  
European Headquarters  
Klausstrasse 43  
CH-8008 Zürich

Telefon +41 (0)43 499 40 20  
Telefax +41 (0)43 499 40 21  
E-Mail [info@bostonprograms.com](mailto:info@bostonprograms.com)  
Internet [www.bostonprograms.com](http://www.bostonprograms.com)

### Ich melde mich wie folgt an:

#### Programm

Nummer Datum

Teilnehmer Anrede  Herr  Frau Titel

Name

#### Firma

Strasse, Postfach

PLZ Ort

Land

E-Mail Teilnehmer/in

E-Mail Kontaktperson

Telefon Telefax

Funktion Branche

Anzahl Mitarbeiter  bis 200  bis 1000  über 1000

#### Unterschrift

# THE BOSTON BUSINESS SCHOOL ADVANTAGE

[www.bostonprograms.com](http://www.bostonprograms.com)

Boston  
Business  
School

European Headquarters  
Klausstrasse 43  
CH-8008 Zürich

Telefon +41 (0)43 499 40 20  
Telefax +41 (0)43 499 40 21  
[info@bostonprograms.com](mailto:info@bostonprograms.com)  
[www.bostonprograms.com](http://www.bostonprograms.com)

**BOSTON**  
BUSINESS SCHOOL

