

INTENSIVSEMINAR

Strategic Growth, Sales & Performance

*Kundenintelligenz, Vertriebswirkung und finanzielle Führung
mit KI*

Sechs Tage für Wachstum, Vertrieb und finanzielle Führung. KI kommt darin als
Arbeitsinstrument vor, nicht als Hype.

ORT	DAUER	SPRACHE	INVESTITION
St. Gallen	6 Tage	DE / EN	CHF 3'900

INTENSIVSEMINAR

ECKDATEN

ORT

St. Gallen

DAUER

6 Tage · optional mit ECTS

SPRACHE

Deutsch / Englisch

ZIELGRUPPE

Führungs- und Nachwuchskräfte, Projektverantwortliche

INVESTITION

**CHF 3'900
zzgl. 8,1 % MwSt.**

NETZWERK

StGallen imt Alumni

AUFBAU

Aufeinander aufbauende Module. Ergebnis: Ihr persönliches Playbook.

ANERKENNUNG

Optional mit ECTS-Anerkennung.

ST. GALLER INTENSIVSEMINAR

Kunden besser verstehen. Märkte gezielter bearbeiten. Entscheidungen klarer treffen.

Sechs Tage für Wachstum, Vertrieb und finanzielle Führung. KI kommt darin als Arbeitsinstrument vor, nicht als Hype.

KI verändert Markt und Finanzen

Generative Modelle, Predictive Analytics und intelligente Analysetools verändern, wie Märkte bearbeitet, Kunden verstanden und Investitionen bewertet werden.

Mehr Kontaktpunkte, weniger Zeit

Kunden vergleichen und entscheiden über zahlreiche digitale und klassische Kontaktpunkte hinweg. Wer allein auf Erfahrung setzt, verliert an Tempo und Präzision.

Der St. Galler Ansatz verbindet beides

Markt- und Kundenmanagement, Finanzmanagement, Daten und KI systematisch verzahnen – strategisch fundiert, praxisnah und verantwortungsvoll.

WILLKOMMEN

Grüezi und herzlich Willkommen!

Es freut mich sehr, Sie im Namen der StGallen imt Business School zu unserem Executive-Seminar „Strategic Growth, Sales & Performance“ begrüßen zu dürfen.

Künstliche Intelligenz verändert die Art, wie wir führen, entscheiden und Werte schaffen – grundlegend und unwiderruflich. Dieses Seminar gibt Ihnen die Werkzeuge, die Methoden und das Mindset, um KI als strategischen Partner in Ihrem Führungsalltag zu nutzen.

„Die grösste Gefahr in Zeiten des Umbruchs ist nicht der Umbruch selbst, sondern mit der Logik von gestern zu handeln.“

PETER DRUCKER

Unser Anspruch: Sie nehmen nicht nur Wissen mit, sondern konkrete, sofort einsetzbare Lösungen für Ihre täglichen Herausforderungen. Ich freue mich darauf, Sie persönlich in St. Gallen willkommen zu heissen.

Prof. Dr. Christian Abegglen

Präsident & Akademische Leitung
StGallen imt Business School



Marktbearbeitung, Vertrieb und finanzielle Führung systematisch verzahnen

Marketing, Sales, Brand und Communication werden als zusammenhängende Managementaufgabe geführt – mit dem Ziel, Kunden besser zu verstehen und Märkte gezielter zu bearbeiten. Dieselbe Systematik gilt für die Zahlen: Entscheidungen klarer treffen, finanzielle Komplexität beherrschen, Chancen frühzeitig erkennen.

Das Intensivseminar verbindet zwei Managementseminare der StGallen imt Business School: „Intelligent Marketing & Sales“ und „Intelligent Finance“.

Auf Basis des St. Galler Konzepts Integriertes Management stimmen Sie Kundenbedürfnisse, Positionierung, Customer Journey und Vertrieb mit Bilanz-, Kosten-, Investitions- und Cashflow-Kompetenz ab – verbunden mit Strategie, Innovation, Risikomanagement und digitaler Transformation.

Ein Schwerpunkt liegt auf digitalen Werkzeugen und KI: für Marktanalyse, Segmentierung, Content-Generierung und Personalisierung ebenso wie für Prognosen, Investitionsentscheidungen, Frühwarnsysteme und Reporting.

Aus Methoden, Fallbeispielen und Transferarbeit entsteht Ihr persönliches Playbook – ein praxisnahes Instrument, um fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung und Führungspraxis zu überführen.

Für Verantwortliche an der Schnittstelle von Markt und Zahlen

Das Intensivseminar richtet sich an Führungs- und Nachwuchskräfte, Projektverantwortliche und Spezialist:innen aus diesen Funktionen:



Im Mittelpunkt stehen Verantwortliche, die mehr Markt-, Kunden- und Vertriebswirkung erzielen und zugleich ihre finanzielle Entscheidungspraxis zukunftsfähig weiterentwickeln wollen – strategisch fundiert und praxisnah.

KERN DES SEMINARS

Kundenbedürfnisse, Positionierung, Customer Journey und Vertrieb – abgestimmt mit Bilanz-, Kosten-, Investitions- und Cashflow-Kompetenz.

ERGEBNIS

Ein persönliches Playbook, das fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung und Führungspraxis überführt.

IM MITTELPUNKT

Verantwortliche, die mehr Markt-, Kunden- und Vertriebswirkung erzielen und zugleich ihre finanzielle Entscheidungspraxis weiterentwickeln wollen.

PROGRAMMVERLAUF



Auftakt: Kunden verstehen,
Zielgruppen priorisieren.

METHODIK

Modelle, Methoden,
Fallbeispiele und
Transferarbeit – jedes
Modul mit klar gesetztem
inhaltlichem Schwerpunkt.

DAUER

Sechs Seminartage in St.
Gallen, Deutsch oder
Englisch.

Vom Kundenverständnis bis zur Finanzentscheidung

Kunden verstehen, Finanzentscheidungen neu denken

Sie analysieren Kundenbedürfnisse, Kaufmotive und Entscheidungsprozesse – und verbinden klassisches Finanzdenken mit datenbasierten Methoden. Ziel: relevante Informationen in konkrete Massnahmen übersetzen.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Kundenbedürfnisse mit Behavioural Insights entschlüsseln
- Kaufmotive, Entscheidungsmuster und psychologische Trigger verstehen
- Customer Journeys systematisch erfassen und interpretieren
- Rolle und Wirkung von KI in der finanziellen Führung verstehen
- Erfahrung und Fachwissen gezielt mit Daten kombinieren
- Entscheidungsarchitekturen für komplexe Finanzfragen neu gestalten
- Kunden- und Marktinformationen in konkrete Massnahmen übersetzen

Die Module bauen aufeinander auf: erst Kunden und Märkte, dann Marke, Kanäle und Kommunikation, dann Zahlen, Risiko und Transfer. Die folgenden Seiten führen durch das gesamte Programm mit allen inhaltlichen Schwerpunkten.

Zielgruppen priorisieren, Entscheidungen absichern

Werte, Motive, Verhalten und Potenzial entscheiden über die Segmentierung. Datenbasierte Methoden verändern zugleich, wie Sie Optionen bewerten und entscheiden – Qualität, Tempo und Konsistenz steigen messbar.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Zielgruppen und Marktsegmente strategisch bewerten
- Zielgruppen nach Verhalten, Nutzenbedarf und Kaufbereitschaft priorisieren
- Ressourcen auf attraktive Zielgruppen, Kanäle und Touchpoints fokussieren
- Predictive Analytics und Szenarien nutzen, um Entwicklungen früher zu erkennen
- Simulationen für Risiko-, Liquiditäts- und Investitionsentscheidungen einsetzen
- Relevante Kennzahlen von irrelevanten trennen – Fokus auf das Wesentliche
- Marktdaten in konkrete Entscheidungsgrundlagen überführen

Marke, Kundennutzen und Wertschöpfung

Sie verbinden Markenidentität, Kundennutzen und Positionierung – und prüfen, was das für Preise, Budgets und Kapitaleinsatz bedeutet. Im Fokus: wofür ein Unternehmen steht und was diese Position wirtschaftlich trägt.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Markenidentität und Markenversprechen klären
- Kundennutzen und Customer Value systematisch herausarbeiten
- Customer Value und Pricing-Modelle auf Zielgruppen, Marktlogik und Positionierung abstimmen
- Strategische Investitionsoptionen datenbasiert bewerten und validieren
- Kosten-, Budget- und Wertschöpfungssteuerung gezielt optimieren
- Effizienz- und Produktivitätspotenziale automatisiert identifizieren
- Wirkung strategischer Initiativen mit geeigneten KPIs messen

Vertriebskanäle, Reporting und Performance

Klassische und digitale Kanäle dürfen nicht isoliert geführt werden. Parallel verändern neue Tools Routinen, Reporting und Forecasting – Sie setzen sie für Analyse, Planung und Priorisierung ein.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Klassische und digitale Vertriebskanäle sinnvoll kombinieren
- Touchpoints entlang der Customer Journey analysieren, priorisieren und konsistent steuern
- Social Media professionell in Marktbearbeitung und Vertrieb einbetten
- Kanalbrüche, Streuverluste und widersprüchliche Botschaften vermeiden
- Reporting, Forecasts und Präsentationen mit KI vorbereiten und schärfen
- KI für Budgetplanung, Forecasting und Stakeholder-Reporting nutzen
- Informationsflut in Reporting und Controlling reduzieren, Fokus erhöhen

PROGRAMMVERLAUF

Marke, Kundennutzen, Vertriebskanäle und Performance.

ANWENDUNGSFELDER

Marktanalyse, Segmentierung, Content-Generierung und Personalisierung ebenso wie Prognosen, Investitionsentscheidungen, Frühwarnsysteme und Reporting.

PROGRAMMVERLAUF

Wirkung nach aussen und nach innen:
Kommunikation,
Wettbewerb und Risiken.

PERSPEKTIVE

Botschaften schärfen,
Signale früh erkennen,
Resilienz gegenüber
Preisdruck und
Kapitalengpässen
entwickeln.

Kommunikation nach aussen und nach innen

Wirksam wird Kommunikation, wenn Botschaften, Zielgruppen und Kanäle zusammenpassen – nach aussen zu Kunden und Märkten, nach innen zu Geschäftsleitung, Finance und Aufsichtsgremien.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Kommunikationsbotschaften aus Marke, Kundennutzen und Zielgruppenlogik entwickeln
- Content, Kampagnen und persönliche Vertriebskommunikation abstimmen
- Marketing, Sales und Communication organisatorisch besser verzahnen
- Komplexe Kennzahlen und Sachverhalte mit Hilfe von KI verständlich aufbereiten
- Finanzielle Argumentationen und Entscheidungslogiken nachvollziehbar darstellen
- Board-Präsentationen und Investoren-Dialoge gezielt vorbereiten
- Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Relevanz in der Kommunikation stärken

Wettbewerb, Marktchancen und Risiken

Sie analysieren Wettbewerber, Preisdruck und neue Anbieter – und lesen dieselben Bewegungen als Markt-, Zins- und Liquiditätsrisiko. Aus Signalen werden Differenzierung, Vertriebsschwerpunkte und Resilienz.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Wettbewerber, Substitutionen und neue Anbieter analysieren
- Preisdruck, Differenzierung und Marktbewegungen beurteilen
- Relevante Marktchancen, Nischen und Wachstumspotenziale identifizieren
- Internationale Markt-, Finanzierungs- und Investitionschancen systematisch erschliessen
- Markt-, Zins- und Liquiditätsrisiken datenbasiert analysieren
- Frühwarnsysteme und Szenarien im Risikomanagement wirkungsvoll einsetzen
- Resilienz gegenüber Preisdruck, Substituten und Kapitalengpässen entwickeln

Innovation und Transformation verankern

Digitale Plattformen, veränderte Mediennutzung, FinTech und neue Analysetools verändern die Anforderungen. Sie lernen, Innovation und Transformation als Hebel in Markt- und Finanzarbeit zu integrieren.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Marketing und finanzielle Führung im digitalen Wandel neu denken
- Digitale Plattformen und neue Ökosysteme als Wachstumshebel nutzen
- Chancen von FinTech, Blockchain und Automatisierung gezielt nutzen
- Agile Methoden, Co-Creation und Design Thinking sinnvoll einsetzen
- Innovationsprozesse mit Markt-, Marken- und Finanzstrategie verbinden
- Nachhaltigkeit und Purpose in Markenführung und Finanzentscheidungen integrieren
- Change Management in Marketing, Vertrieb und Finance erfolgreich gestalten

KI wirksam und verantwortungsvoll einsetzen

KI verändert Analyse, Content, Personalisierung und Performance-Steuerung – und damit auch Verantwortung, Haftung und Vertrauen.

Im Seminar wird KI nicht als kurzfristiger Hype behandelt, sondern als praktisches Managementinstrument für fundiertere Entscheidungen und legitimierte Verantwortung.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- KI für Markt-, Kunden-, Finanz- und Datenanalysen nutzen
- Segmentierung, Personalisierung und Content-Generierung unterstützen
- KI als Sparringspartner für Kampagnen, Positionierung und Kundenansprache nutzen
- Governance-Strukturen für den Einsatz neuer Technologien entwickeln
- Verantwortung, Haftung und Rollen im KI-Einsatz klar definieren
- Datenschutz, Compliance und regulatorische Anforderungen berücksichtigen
- Grenzen von KI realistisch einschätzen und kommunizieren

PROGRAMMVERLAUF

Wandel und Verantwortung: Innovation, Transformation, KI-Einsatz.

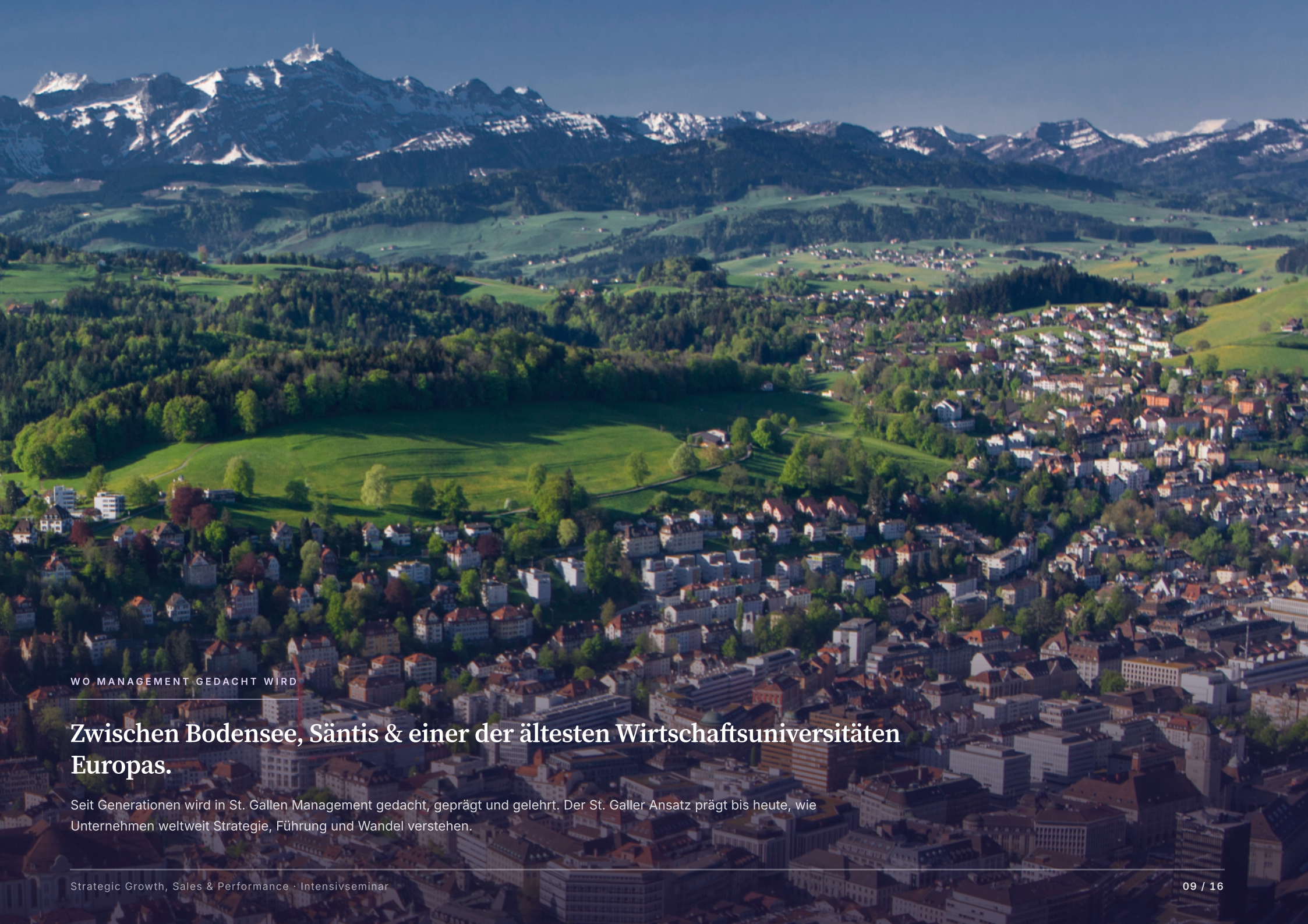
HALTUNG

KI als praktisches Managementinstrument – nicht als kurzfristiger Hype.



STANDORT

St. Gallen Management Valley



WO MANAGEMENT GEDACHT WIRD

Zwischen Bodensee, Säntis & einer der ältesten Wirtschaftsuniversitäten Europas.

Seit Generationen wird in St. Gallen Management gedacht, geprägt und gelehrt. Der St. Galler Ansatz prägt bis heute, wie Unternehmen weltweit Strategie, Führung und Wandel verstehen.

PROGRAMMVERLAUF

Abschluss: Transfer in die eigene Praxis.

IHR ERGEBNIS

Ein persönliches Playbook für eine schlüssige Marktbearbeitung und belastbare Finanzentscheidungen.

Vom Wissen zur Wirkung – Transfer in die eigene Praxis

Sie identifizieren die grössten Hebel im eigenen Verantwortungsbereich und entwickeln Ihr persönliches Playbook – für eine schlüssige Marktbearbeitung und belastbare Finanzentscheidungen.

INHALTLICHER SCHWERPUNKT

- Eigene Markt-, Kunden- und Finanzpraxis strukturiert reflektieren
- Stärken, Brüche und ungenutzte Potenziale erkennen
- Wichtigste Hebel für Positionierung, Kanäle, Entscheidungen und Governance identifizieren
- Fragmentierte Aktivitäten bündeln und auf gemeinsame Wirkung ausrichten
- Umsetzungsschwerpunkte für die nächsten 100 Tage priorisieren
- Transfer in Organisation, Team und Führungsalltag vorbereiten
- Anschluss an weitere Programme und Seminare der StGallen imt Business School nutzen

IHR ERGEBNIS

Ihr persönliches Playbook – ein praxisnahes Instrument, um fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung und Führungspraxis zu überführen. So stärken Sie Markt-, Kunden- und Vertriebswirkung – und Ihre Entscheidungsqualität in der finanziellen Führung.

Was Sie nach sechs Tagen können

Sie steuern Markt- und Kundenmanagement gezielter. Sie verstehen, wie Kunden entscheiden, wie Zielgruppen differenziert bearbeitet werden und wie Positionierung, Marke, Vertriebskanäle und Kommunikation zusammenspielen.

Sie gestalten finanzielle Führung souveräner. Sie verbinden Daten und Fachwissen, sichern Investitionsentscheidungen ab und stimmen Strategie, Kommunikation und Governance aufeinander ab.

Sie nehmen konkrete Ansatzpunkte mit, um fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung und Führungspraxis zu überführen – und Ihr persönliches Playbook.

KONKRETER NUTZEN

- ✓ Kundenbedürfnisse, Kaufmotive und Entscheidungsmuster klarer erkennen
- ✓ Zielgruppen, Customer Journeys und Touchpoints systematischer steuern
- ✓ Positionierung, Markenbotschaft und Marktauftritt schärfen
- ✓ Klassische Vertriebskanäle, digitale Kanäle und Social Media wirksamer verbinden
- ✓ Finanzentscheidungen klarer, schneller und qualitativ hochwertiger treffen
- ✓ Risiken, Chancen und Marktveränderungen früher erkennen
- ✓ Investitionsentscheidungen und Kapitalallokation datenbasiert absichern
- ✓ KI verantwortungsvoll, ethisch reflektiert und compliant einsetzen

IHR ERGEBNIS

Ein persönliches Playbook, das fragmentierte Aktivitäten in eine schlüssige Marktbearbeitung und Führungspraxis überführt.

WIRKUNG

So stärken Sie Markt-, Kunden- und Vertriebswirkung – und Ihre Entscheidungsqualität in der finanziellen Führung.

LEHRKÖRPER

Das Seminar verbindet konzeptionelle Fundierung mit konkreter Management- und Finanzpraxis und aktuellen KI-Anwendungen.

AUSTAUSCH

Teilnehmende aus unterschiedlichen Funktionen, Branchen und Unternehmen bringen eigene Erfahrungen, Fragestellungen und Perspektiven ein.

NETZWERK

StGallen imt Alumni

Fünf Merkmale: Ansatz, Praxis, Peers, Dozierende, Anschluss

- 01 **St. Galler Management-Ansatz**
Marketing, Sales, Brand, Communication, Finanzmanagement und KI werden nicht isoliert betrachtet, sondern als integrierte Managementaufgabe verstanden.
- 02 **Praxis statt Theorie**
Modelle, Methoden, Fallbeispiele und Transferarbeit führen zu konkreten Massnahmen und einem persönlichen Playbook für den eigenen Verantwortungsbereich.
- 03 **Austausch auf Augenhöhe**
Teilnehmende aus unterschiedlichen Funktionen, Branchen und Unternehmen bringen eigene Erfahrungen, Fragestellungen und Perspektiven ein.
- 04 **Dozierende aus Praxis und Wissenschaft**
Das Seminar verbindet konzeptionelle Fundierung mit konkreter Management- und Finanzpraxis und aktuellen KI-Anwendungen.
- 05 **Anschlussfähigkeit**
Das Intensivseminar kann als Impuls für die eigene Entwicklung sowie als Einstieg in weitere Programme und Seminare der StGallen imt Business School genutzt werden.

AKADEMISCHE LEITUNG

Lernen Sie von führenden Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis – mit Erfahrung in Marketing, Sales, Kommunikation und Finanzmanagement.



Dr. Christopher Pawlak
AKADEMISCHE LEITUNG



Dr. Ulrich von Bassewitz
AKADEMISCHE LEITUNG

ANSPRECHPARTNERIN



Monika Dutkiewicz
BERATUNG UND ANMELDUNG

Das Wichtigste im Überblick

Alle Eckdaten zum Intensivseminar „Strategic Growth, Sales & Performance“ – Termine und Anmeldung finden Sie auf der folgenden Seite.

ORT	St. Gallen
DAUER	6 Tage · optional mit ECTS
SPRACHE	Deutsch / Englisch
ZIELGRUPPE	Führungs- und Nachwuchskräfte, Projektverantwortliche
INVESTITION	CHF 3'900 · zzgl. 8,1 % MwSt.
NETZWERK	StGallen imt Alumni

KONDITIONEN



Monika Dutkiewicz

BERATUNG UND ANMELDUNG

info@imtschool.ch

+41 71 277 60 00

ADRESSE

StGallen imt
Business School
Dufourstrasse 150
9000 St. Gallen · Schweiz

HINWEIS

Termine für Unternehmen
individuell planbar –
kontaktieren Sie uns.



“

Die StGallen imt Business School war entscheidend für meinen Weg in den Vorstand. Mit praktischen Impulsen, strategischer Klarheit und wertvollen Perspektiven erhielt ich das beste Toolkit für erfolgreiche Unternehmensführung.

Jonas Gillmann

CTO · DATRON AG

ANMELDUNG

JETZT ONLINE ANMELDEN



Scannen Sie den QR-Code mit Ihrem Smartphone oder besuchen Sie **imtschool.ch** und wählen Sie das Seminar „Strategic Growth, Sales & Performance“.

KONDITIONEN

CHF 3'900 · zzgl. 8,1 %
MwSt.
6 Tage · St. Gallen
Deutsch / Englisch

HINWEIS

Termine für Unternehmen
individuell planbar –
kontaktieren Sie uns.

Anmeldeformular

Strategic Growth, Sales & Performance · 6 Tage · St. Gallen

SEMINARTERMIN WÄHLEN *

Die folgenden Termine stehen alternativ zur Auswahl.

2026

☐ 03.–08.08.2026 St. Gallen **ENGLISCH**

☐ 30.11.–05.12.2026 St. Gallen **DEUTSCH**

2027

☐ 14.–19.06.2027 St. Gallen **DEUTSCH**

☐ 02.–07.08.2027 St. Gallen **ENGLISCH**

☐ 29.11.–04.12.2027 St. Gallen **DEUTSCH**

PERSÖNLICHE ANGABEN

* Alle Felder sind Pflichtangaben

ANREDE *

☐ Herr☐ Frau☐ Divers

TITEL

VORNAME *

NACHNAME *

UNTERNEHMEN *

POSITION *

PLZ *

ORT *

LAND *

E-MAIL *

TELEFON *

AUSGEFÜLLTES FORMULAR SENDEN AN

info@imtschool.ch

StGallen imt Business School · Dufourstrasse 150
9000 St. Gallen · Schweiz
+41 71 277 60 00 · imtschool.ch



*Weiterbildung für Exzellenz
in Management und Technologie*

StGallen imt Business School

Dufourstrasse 150 · 9000 St. Gallen · Schweiz

info@imtschool.ch · +41 71 277 60 00 · imtschool.ch