



CERTIFIERAD VD-UTBILDNING

Executive People
executivepeople.se

DAG 1 – AKTIEBOLAGET – ÄGARE, STYRELSE & VD

Här går vi igenom de grunder som behövs för att få full förståelse för dels hur ett företag är uppbyggt, men också vilka lagar som styr. Vem bestämmer i företaget och vem är det som väljer inriktning och hur visioner och mål ska läggas upp. Vad har ägarna för uppgift och hur ska en bra styrelse arbeta, samt vad ska vd göra i det dagliga arbetet, och vilket personligt och kollektivt ansvar du har styrelsen och du som vd. Vad säger Aktiebolagslagen (ABL) och vi reder ut de 4 olika bolagsorganen som finns i lagstiftningen. Avsnittet är en grundläggande styrelseutbildning.

DAG 2 – ARBETSMILJÖANSVAR/ARBETSRÄTT

Inom ramen för att driva företag är det viktigt att förstå lagar och arbetsrätt. Lagar såsom tex. Arbetsmiljölagen är entydig. Ansvaret för arbetsmiljön är arbetsgivarens. Det betyder att arbetsgivaren ska verka för en god arbetsmiljö genom att förebygga risker i arbetet för att förhindra olycksfall och ohälsa samt inom ramen för anställningar följa både LAS, MBL och Avtalslagen. Eftersom arbetsgivaren är en juridisk person tillkommer ansvaret i praktiken den högsta ledningen inom företaget, vilket i första hand riktar sig till vd i företaget. Ansvaret för arbetsmiljön som sådant kan inte delegeras, bara ansvaret att utföra uppgifter kan. Vi reder ut vad som gäller och tittar på lagstiftningen inom arbetsrätt och arbetsmiljö med fokus på ditt ansvar som VD.

DAG 3 – EKONOMI I

Hur kan man göra en investering om man inte vet hur det går för företaget? Vad är skillnaden mellan Resultaträkning och Balansräkning. I våra undersökningar visar det sig att endast ca 15% av vd och styrelseledamöter i små och mellanstora företag, känner till skillnaden. Vi reder nu ut begreppen en gång för alla. Vad är nyckeltal? Vilka nyckeltal gäller för vår bransch och hur kan vi avläsa hur det går för våra konkurrenter?

IDI – HEMARBETE

IDI mäter en persons beteende – som det uppfattas av andra. IDI-instrumentet mäter tre unika dimensioner av en persons beteende. Datan samlas in från minst sex personer som testpersonen själv väljer. Resultatet – IDI-profilen – skapas av den insamlade informationen som jämförs med en nationell norm skapad av data insamlad under de senaste fem åren. Profilen återförs av en licensierad handledare som säkerställer att testpersonen förstår vilka dimensioner som instrumentet har mätt och ger hen personligt stöd att – utifrån den personliga IDI-profilen – utveckla sin förmåga till samarbete och samspel i olika sammanhang. Instrumentet används alltid i utvecklingsaktiviteter av olika slag. Aldrig i samband med urval och rekrytering. Du kommer att göra en fullständig IDI som redovisas dag 5.

DAG 4 – LEDARSKAP OCH KOMMUNIKATION

Ledarskap är ur ett organisatoriskt synsätt ett speciellt beteende som människor utövar i avsikt att påverka andras tänkande, inställning och uppförande, står det som förklaring i Wikipedia. Vad innebär det här i praktisk vardag? Vad är en bra ledare? Kan man träna sig till att bli en bra ledare, eller är det medfött? Hur ska vi på bästa sätt föregå med gott exempel inför både kunder, personal och andra intressenter? Vi är ansiktet utåt och vi är företagets ledare som vd, vilket ställer stora krav på oss som ledare.

DAG 5 – FÖRETAGETS AFFÄRSMODELL OCH AFFÄRSPLAN

VD förväntas ta strategiska och operativa beslut som utvecklar företaget. VD ansvarar för att synliggöra företagets mål, strategier och prioriteringar i organisationen. En affärsplan beskriver företagets strategier och aktiviteter för att nå uppsatta mål. För att arbeta fram en hållbar affärsplan behöver vi starta med att synliggöra företagets affärsmodell. Företagets affärsmodell visar hur företaget producerar och levererar kundvärde till existerande kunder och potentiella köpare.

DAG 6 – FÖRETAGETS AFFÄRSPLAN OCH ROLLKRITISKA ARBETSBEKRIVNINGAR

Med en synliggjord affärsmodell påbörjas arbetet med en övergripande genomgång av affärsplanens olika delar. Vi ratar ut eventuella frågetecken kring affärsplanens innehåll. Deltagaren kan använda företagets framtagna affärsplan eller vår mall för affärsplanen. Rollkritiska arbetsbeskrivningar är ett strategiskt- och operativt verktyg som stödjer VD att utveckla organisationen och mellanchefernas färdigheter i ledarskap. I det operativa underlättar det mellanchefernas arbete för medarbetarutveckling på relevanta arbetsuppgifter och aktuella mål.

DAG 7 – MARKNADSFÖRING

Hur ska vi marknadsföra företaget och våra produkter eller tjänster? Vem är kunden? Vad är vår affärsidé? Vad är vår Unique Selling Point (USP)? Vilken marknad är vi på? Hur stor budget har vi att marknadsföra oss med? Hur ser den nya digitala världen ut i jämförelse emot traditionell media? Vi går igenom området och ser hur vi på bästa sätt kan marknadsföra oss på bästa och det mest ekonomiska sättet.

DAG 8 – MÅLSTYRNING

9 av 10 företag misslyckas med att genomföra sin strategi. Skapa rätt förutsättningar för dina medarbetare genom ett etablerat målstyrningsarbete så när ni snabbare er fulla potential. Den här dagen innehåller grundläggande förståelse för vad målstyrning är och vad ett implementerat målstyrningsarbete genererar. Teori varvas med praktiskt arbete och du får konkreta tips och verktyg som hjälper dig att lyckas med målstyrning på ditt företag.

DAG 9 – EKONOMI 2

Nyckeltalen betydelse för att följa upp din verksamhet. Vilka är viktiga att följa upp och vilka är mindre viktiga. Hur sätter du dem i relation med varandra? Vad kan du läsa ut av årsredovisningen och hur använder du den i företaget. Hur och när skall du använda bokslutsdispositioner. Du har ett företrädaransvar för skatter och avgifter, vilka rutiner behövs för att göra uppföljningen med en hög kvalitet.

DAG 10 – SKAPA SUCCÉ I FÖRETAGET

Vad gör vi i organisationen rätt och vad kan vi förbättra? Hur kan det ligga på VD:s ansvar att skapa resultat i verksamheten? Hur ska jag som VD kunna tänka annorlunda och hur kan jag få med mig ledningsgrupp och anställda på vår resa framåt? Nyttiga tankar, idéer och verktyg i detta pass.

DAG 11 – EKONOMI 3

Hur kan man göra en investering om man inte vet hur det går för företaget? Fördjupad ekonomi med inriktning på lönsamheten i företaget. Hur kan jag mäta olika variabler och hur kan jag som vd påverka ekonomin i företaget. Nyckeltalsberäkningar och den ekonomiska utvecklingen i företaget. Investeringskalkyler, Prissättningsstrategier, Kassaflödesberäkningar.

DAG 12 – AFFÄRSJURIDIK

I kursen Affärsjuridik får du kunskap om de lagar som berör företag. Du får lära dig om bland annat avtal, köp och försäljning, och olika lagar inom marknadsrätt. Kursens innehåll presenteras på ett spännande och lärorikt sätt, där du snabbt kan applicera detta till din vardag & ditt företag.

DAG 13 – PROJEKTPLANERING/MANAGEMENT

Projekt har funnits i alla tider. Projektet syftar till att uppnå vissa mål och resultat inom en viss angiven tid. Projektet har en början och ett slut. Under den tid som projektet varar skall vissa arbetsuppgifter utföras på ett visst sätt för att man skall nå bestämda mål. Projektet kräver en egen organisation för ledning och styrning, egen ekonomi och egen budget för verksamheten. Projektet planeras, startas, genomförs och avslutas. Projektet är inte detsamma som den egentliga verksamheten utan bildar en egen helhet som arbetar för att nå sina speciella mål. Resultatet av projektet kan emellertid innebära att ny verksamhet startas eller att ordinarie verksamhet förändras alternativt att en bestämd uppgift slutförts.

DAG 14 – LEDARSKAP SKAPA SUCCÉ I FÖRETAGET

Idag måste alla företag jobba konstant med sin utveckling. Det handlar om att vinna eller försvinna. Steg för steg går vi igenom vad chefer och medarbetare måste göra för att skapa världens bästa företag. Det gäller att utmana det som sitter i väggarna och våga tänka nytt, kring ledarskapet och medarbetarskapet, kring organisation och arbetssätt. Det handlar om att skapa ett företag där människor verkligen vill jobba, där visionen och målen är tydliga och där alla drivs av lust att åstadkomma något, tillsammans.

DAG 15 – SÄKERSTÄLL AFFÄRSMODELLENS FRAMTIDA HÅLLBARHET

Företagets lönsamhet är kopplad till affärsmodellens hållbarhet vilket innebär att flödet genom affärsmodellen framtidsäkras. Deltagaren arbetar med företagets egna affärsmodell och säkerställer dess framtida hållbarhet utifrån juridiskt-, organisatoriskt- och ekonomiskt perspektiv.

DAG 16 – ANALYSERAR OCH SIMULERAR AFFÄRSMODELLENS SKALBARHET

Företagets tillväxtpotential avgörs av affärsmodellens förmåga att hantera ökat flöde i samtliga delar av verksamheten. Deltagaren arbetar med företagets egna affärsmodell, volymökningens målgrupper och simulerar lönsamheten vid olika volymer samt identifierar trånga sektioner utifrån juridiskt-, organisatoriskt- och ekonomiskt perspektiv.

DAG 17 – STRATEGISK FÖRSÄLJNING

Lär dig konsten att förstå och möta dina kunders behov för att bygga starka och hållbara kundrelationer. Vi fördjupar oss i planeringsfasen, mötesbokningen samt kundmötet och du får konkreta verktyg som säkerställer ett framgångsrikt genomförande.

DAG 18 – UTVECKLA OCH SKALA UPP ER MARKNADSFÖRING

Vi ser närmare på hur vi kan tänka och göra för att ”skala upp” upp marknadsföringen, bland annat genom att jobba vidare med det ramverk och koncept vi bekantade oss med under dag 7. Vi ser på hur vi kan använda marknadsföring för att hitta nya och utveckla befintliga kunder, på kort och lång sikt.

DAG 19 – AFFÄRSMODELLENS SKALBARHET OCH STRATEGIFORMULERING

Här arbetar VD vidare med företagets strategi utifrån affärsmodellens hållbarhet och skalbarhet. Med stöd av företagets tillväxt- och lönsamhetsmål, fördelningsnycklar till utvalda målgrupper samt en planering för uppföljning formuleras ett utkast till strategi för lönsam tillväxt som ligger till grund för företagets affärsplan. Deltagaren erhåller ett underlag för vidareutveckling av företagets affärsplan.

DAG 20 – AFFÄRSMODELLENS STRATEGIFORMULERING FORTSÄTTNING

Här arbetar VD vidare med företagets strategi utifrån affärsmodellens hållbarhet och skalbarhet. Med stöd av företagets tillväxt- och lönsamhetsmål, fördelningsnycklar till utvalda målgrupper samt en planering för uppföljning formuleras ett utkast till strategi för lönsam tillväxt som ligger till grund för företagets affärsplan. Deltagaren erhåller ett underlag för vidareutveckling av företagets affärsplan