

Roman Stöger

Strategieentwicklung; für die Praxis

Kunde - Leistung - Ergebnis

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

2010

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|------|
| Die Bedeutung von Strategieentwicklung heute (von Prof. Dr. Fredmund Malik) | V |
| Vorwort des Autors zur zweiten Auflage. | VII |
| Vorwort des Autors zur ersten Auflage. | IX |
| Verzeichnisse der Abkürzungen, Werkzeuge und Beispiele. | XIII |
| Angaben zum Autor. | XIX |
| | |
| Grundlagen: Schlüsselgrößen, Strategieprozess und Leitbild. | 3 |
| | |
| 1 Das richtige Verständnis von Strategie | 5 |
| 2 Strategie - Funktionen und Irrtümer | 14 |
| 3 Strategieprozess und Prozessführung | 25 |
| 4 Leitbild und Leitplanken für die Strategie. | 41 |
| Anmerkungen. | 54 |
| | |
| Phase 1: Beurteilung der Ausgangslage. | 55 |
| | |
| 5 Segmentierung, Marktcockpit und Substitution | 57 |
| 6 Ausrichtung am Kundennutzen | 75 |
| 7 Orientierung an Wertkette und am Geschäftsmodell | 90 |
| 8 Bewertung der Ausgangslage | 103 |
| Anmerkungen. | 127 |
| | |
| Phase 2: Erarbeitung von Strategieoptionen. | 129 |
| | |
| 9 Optionen zur Marktstellung | 131 |
| 10 Optionen zur Innovationsleistung | 146 |
| 11 Optionen zu den Produktivitäten | 168 |
| 12 Bewertung der Optionen zu Stoßrichtungen | 193 |
| Anmerkungen. | 206 |

| | |
|--|-----|
| Phase 3: Entwicklung der Strategie | 207 |
| 13 Geschäftsstrategie und Risikomanagement | 209 |
| 14 Unternehmensstrategie und Anpassung der Organisation. | 227 |
| 15 Funktionalstrategie und Prozessauftrag | 241 |
| 16 Strategieentwicklung und Systemansatz. | 254 |
| Anmerkungen | 261 |
| | |
| Phase 4: Umsetzung und Weiterentwicklung der Strategie. | 263 |
| 17 Strategiecontrolling | 265 |
| 18 Aufgaben für Führungskräfte beim Umsetzen. | 284 |
| 19 Projektmanagement als Hebel für die Umsetzung. | 295 |
| 20 Change-Management für die Strategieumsetzung. | 310 |
| Anmerkungen | 319 |
| | |
| Literaturverzeichnis. | 321 |
| | |
| Stichwortverzeichnis. | 327 |