

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