



Jetzt mit
eLearning

*besser
lernen*

Strategie

entwickeln, umsetzen und optimieren

Jan-Philipp Böhler

XTRAS
ONLINE

ALWAYS LEARNING

PEARSON

Strategie

entwickeln, umsetzen und optimieren

Jan-Philipp Böhler

Strategie - PDF

Inhaltsverzeichnis

Strategie entwickeln. umsetzen und optimieren

Impressum

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Abkürzungen

Strategie verstehen

Teil I - Strategie entwickeln

Kapitel 1 - Umwelt analysieren

- 1.1 Markt abgrenzen und segmentieren
- 1.2 Wettbewerbsumwelt verstehen
 - 1.2.1 Branchenstruktur analysieren
 - 1.2.2 Marktschranken identifizieren
 - 1.2.3 Strategische Gruppen identifizieren
 - 1.2.4 Wettbewerber analysieren
 - 1.2.5 Marktphasen und Lebenszyklus bestimmen
- 1.3 Globale Umwelt verstehen
 - 1.3.1 Umweltdimensionen analysieren
 - 1.3.2 Distanzdimensionen erfassen
- 1.4 Chancen und Bedrohungen ermitteln

Kapitel 2 - Unternehmen analysieren

- 2.1 Unternehmensgrenze und Wertnetzwerk definieren
- 2.2 Wertkette und Organisation analysieren
 - 2.2.1 Wertkette analysieren
 - 2.2.2 Organisation strukturieren
- 2.3 Ressourcen- und Kernkompetenzen identifizieren
- 2.4 Stärken und Schwächen ermitteln

Kapitel 3 - Strategische Optionen ableiten

- 3.1 Erfolgsfaktoren kombinieren
 - 3.1.1 SWOT-Inventar erstellen
 - 3.1.2 TOWS-Matrix analysieren
- 3.2 Portfolio analysieren und planen
 - 3.2.1 Monofaktorportfolio darstellen
 - 3.2.2 Multifaktorportfolio konzipieren
- 3.3 Konsistenz strategischer Optionen prüfen

Teil II - Strategie umsetzen

Kapitel 4 - Strategie formulieren

- 4.1 Generische Wettbewerbsstrategien gestalten
 - 4.1.1 Kostenführerschaft erlangen
 - 4.1.2 Differenzierungsmerkmale aufbauen

Inhaltsverzeichnis

4.1.3 Marktnischen fokussieren

4.2 Hybride Wettbewerbsstrategien entwickeln

4.3 Risiken streuen: Diversifikationsstrategie

4.4 Ressourcen auf das Kerngeschäft fokussieren

4.5 Dynamische Strategien entwickeln

4.6 Im Merger Endgame überleben

4.7 Strategische Freiräume schaffen: Blue Ocean

Kapitel 5 - Strategie auswählen

5.1 Rahmenbedingungen ausgestalten

5.1.1 Zielsystem festlegen

5.1.2 Strategische Hebel definieren

5.2 Strategische Entscheidungen treffen

5.2.1 Strategische Optionen auf Konsistenz prüfen

5.2.2 Wertbeitrag und Risiko abwägen

Kapitel 6 - Strategie planen und implementieren

6.1 Steuerungskonzept installieren

6.2 Strategie operationalisieren

6.2.1 Balanced Scorecard erarbeiten

6.2.2 Strategy Map visualisieren

6.3 Geschäftsmodell konzipieren

6.4 Strategischen Wandel gestalten

6.4.1 Geplante Strategien realisieren

6.4.2 Emergente Strategien integrieren

6.4.3 Change Management stimulieren

Teil III - Strategie optimieren

Kapitel 7 - Strategie kontrollieren

7.1 Strategie systematisch operationalisieren

7.2 Strategieumsetzung fortlaufend kontrollieren

7.3 Strategische Frühaufklärung durchführen

Kapitel 8 - Strategie steuern

8.1 Strategische Barrieren reduzieren

8.2 Stakeholder integrieren

8.3 Corporate Governance umsetzen

Teil IV - Anhang

Literaturverzeichnis

Fallstudienmethode – MyLab Deutsche Version für Strategie

Register

A

Ablauforganisation 66, 223

Akquisitionsstrategie 130

Aktivitätensysteme 68

Inhaltsverzeichnis

Analyse-Synthese-Konzept 65

Aufbauorganisation 66, 223

B

Balanced Scorecard 165, 234

Benchmarking 74

Benefit Segmentation 26

Berry-Herfindahl-Index 120

Blue Ocean 132

Bolt-on-Acquisitions 124

Branchengrenzen 25

Branchenstruktur 28

Branchenstrukturanalyse 59

Business Intelligence 43

Business Plan 201

Business Process Reengineering 67

C

Cash Cow 87, 142

Compliance 232

Corporate Governance 231

D

Denkschulen 13

Differenzierung 108

Discounted Cashflow-Methode 141

Diversifikation 117

Drift 54

E

Economies of Scope 32

Endwert 143

Entropie 120

Entropiemaß 120

Erfahrungskurvenkonzept 85

Erlösmodell 180

EVA 141, 145

F

freier Cashflow 142

Frühaufklärung 211

G

GAP-Analyse 207

Geschäftsmodell 25, 31, 136, 174

Gesellschaftsversprechen 136

Gewinnreservoir 59

Inhaltsverzeichnis

Gewinnversprechen 136

H

Herfindahl-Hirschmann-Index 44

HHI 44, 129

Hirschmann-Herfindahl-Index 120

Hit-and-Run Competition 29

Hybride Wettbewerbsstrategien 114

Hyperwettbewerb 126

I

Informationsasymmetrien 237

intangible Ressourcen 69

Intergruppenwettbewerb 38

Issue-Impact-Matrix 53, 83

K

Kapitalkosten 144

Kerngeschäft 122

Kernkompetenzen 70

Kompetenz-Produktmarkt-Matrix 73

Konzentrationsrate 44

Kostenführerschaft 106

Kreuzpreiselastizität 23

kulturelles Netz 221

L

Lock-In-Effekte 32

M

Market Value Added 146

Marketingmix 165, 206

Marktabgrenzung 22

Marktanteils-Marktwachstums-Portfolio 85

Marktattraktivitäts-Wettbewerbsvorteils- Portfolio 90

Marktaustrittsbarrieren 35

Marktphasenkonzept 44

Marktschranken 29, 36, 127

Marktsegmentierung 26

Merger Endgame 45, 129, 211

Me-Too-Produkte 111

Mobilitätsschranken 37

Monitoring 205

monopolistische Konkurrenz 109

N

neue Industrieökonomik 20

Inhaltsverzeichnis

Niedrigpreisstrategie 108
Nischenstrategie 112, 130
No-Frills-Strategie 108
Normstrategien 84
Nutzenversprechen 135, 174, 176

O

OGSM 202
organisationale Fähigkeiten 69
Organisationsanalyse 65
Outpacing-Position 114

P

Penetrationsstrategie 181
personale Fähigkeiten 69
PEST 47
Pionierstrategie 111
Planungsschule 186
Poor Dog 88
Portfolioanalyse 25, 84
Präferenzstrukturen 27
Preiselastizität der Nachfrage 31
Primäre Wertaktivitäten 62
Prinzipal-Agenten-Theorie 237
Produktlebenszyklus 46
Produkt-Markt-Matrix 117
Produkt-Markt-Segmente 26
Profit Pools 59, 124, 179
Prozesskostenrechnung 64

Q

Question Mark 87

R

Reaktionsprofil 42
Refokussierung 121
relevanter Markt 15, 22
Resilienz 15
Ressourcen 69
ressourcenorientierter Ansatz 58
Risikomanagement 231
Risk Exposure Calculator 192
ROCE 147

S

Schwache Signale 212

Inhaltsverzeichnis

Segmentierungsansätze 26
Segmentierungskriterien 26, 37
Segmentierungsmatrix 39
Sensitivitätsanalyse 155
Shareholder Value 234
Skaleneffekte 31, 33, 106
Skimmingstrategie 181
Stakeholder 21, 189, 226
Star 87
Strategie 14, 104
strategische Freiräume 40, 132
strategische Frühaufklärung 211
strategische Geschäftseinheit 25
strategische Geschäftsfelder 25
strategische Grundhaltungen 187
strategische Gruppe 36, 132
strategische Leinwand 133, 180
strategischer Managementprozess 15
strategischer Wandel 218
strategisches Management 104
strategisches Risiko 158
Strategy Map 171
Struktur-Verhalten-Ergebnis-Paradigma 20, 33
Stuck-in-the-Middle 113
Substitutionskonzept 23
Sunk Costs 35
SWOT-Inventar 79
Synergien 121
Szenarioanalyse 214

T

tangible Ressourcen 69
TOWS-Matrix 80, 93, 98

U

Umweltanalyse 28
Unternehmensgrenze 59
Unternehmensverfassung 231
Unternehmenswert 140

V

Verbundeffekte 32, 89, 107, 117
VRIO-Schema 70, 73

W

Inhaltsverzeichnis

WACC 144
Wertabschmelzer 150
Werterzeuger 150
Wertkette 61
Wertnachholer 150
Wertnetzwerk 58, 124, 174
Wertschöpfung 58
Wertschöpfungsarchitektur 25, 176
Wertschöpfungsmodell 176
Wertzerstörer 150
Wettbewerberprofilierung 42
Wettbewerbsintensität 31
Wettbewerbskräfte 32
Wettbewerbsvorteile 73
Winning Concept 176

Z

Ziel-Strategie-Pyramide 201

Copyright

Copyright

Daten, Texte, Design und Grafiken dieses eBooks, sowie die eventuell angebotenen eBook-Zusatzdaten sind urheberrechtlich geschützt. Dieses eBook stellen wir lediglich als **persönliche Einzelplatz-Lizenz** zur Verfügung!

Jede andere Verwendung dieses eBooks oder zugehöriger Materialien und Informationen, einschließlich

- der Reproduktion,
- der Weitergabe,
- des Weitervertriebs,
- der Platzierung im Internet, in Intranets, in Extranets,
- der Veränderung,
- des Weiterverkaufs und
- der Veröffentlichung

bedarf der **schriftlichen Genehmigung** des Verlags. Insbesondere ist die Entfernung oder Änderung des vom Verlag vergebenen Passwort- und DRM-Schutzes ausdrücklich untersagt!

Bei Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich bitte an: **info@pearson.de**

Zusatzdaten

Möglicherweise liegt dem gedruckten Buch eine CD-ROM mit Zusatzdaten oder ein Zugangscode zu einer eLearning Plattform bei. Die Zurverfügungstellung dieser Daten auf unseren Websites ist eine freiwillige Leistung des Verlags. **Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.** Zugangscodes können Sie darüberhinaus auf unserer Website käuflich erwerben.

Hinweis

Dieses und viele weitere eBooks können Sie rund um die Uhr und legal auf unserer Website herunterladen:

<https://www.pearson-studium.de>