

Inhaltsverzeichnis

1	Präsentationen – Transmissionsriemen Ihres Erfolges	1
1.1	Bedeutung von Präsentationen für den eigenen Erfolg	1
1.2	Erfolgsfaktoren des Präsentationsstils	7
1.3	Erfolgsfaktoren des Präsentationsinhalts	17
1.4	Erfolgsfaktoren einer wertschätzenden Kommunikation	27
1.5	Storytelling	36
1.6	Four-ear-Listening – Vier-Ohr-Hören	39
1.7	Tipps zur Literaturrecherche	42
1.8	Tipps zur Implementierung – erfolgreicher kommunizieren	44
	Literatur	45
2	Purpose – Vision – Mission – Ziele	47
2.1	Purpose – Start with the why	47
2.2	Ziele	52
2.3	Zielpyramide	60
2.4	OKR-Konzept – Objectives and Key Results	62
2.5	Balanced Scorecard	64
2.6	Ökobilanz	68
2.7	Not-to-do-Liste	70
	Literatur	72
3	Strategische Analyseinstrumente	75
3.1	Vorbemerkung: Planung des Einsatzes von Analyseinstrumenten	75
3.2	PEST- bzw. PESTEL-Analyse	85
3.3	SWOT-Analyse	87
3.4	Scoring-Modell	104
3.5	Portfolioanalyse	106
3.6	Benchmarking	113
3.7	Wertkettenanalyse	118
3.8	Gap-/Lückenanalyse – digitale Gap-Analyse	124
3.9	Customer Journey Map	127

3.10	Kunden-Unternehmens-Erwartungs-Matrix	131
3.11	Technology Acceptance Model	133
3.12	Analyse der Digital Business Performance	135
3.13	Kohortenanalyse	144
3.14	Resilienzanalyse	145
3.15	KI-Maturity-Analyse	150
	Literatur	156
4	Prognoseverfahren	159
4.1	Trendextrapolation	159
4.2	Szenarioanalyse	161
4.3	Analogieprognose	163
4.4	Delphi-Methode	165
4.5	Predictive Analytics	168
4.6	A/B-Testing	171
	Literatur	174
5	Konzepte zur Entwicklung von Strategien	175
5.1	Vorbemerkung: Vielfalt von strategischen Konzepten	175
5.2	Konzept der kundenorientierten Strategien	176
5.2.1	Marktfeldstrategie	177
5.2.2	Marktstimulierungsstrategie	180
5.2.3	Marktsegmentierungsstrategie	183
5.2.4	Marktarealstrategie	193
5.3	Canvas-Konzepte	196
5.4	Kano-Konzept	203
5.5	3-Horizonte-Modell	205
5.6	Konzepte zur Markenführung	211
5.7	Coopetition	218
5.8	Hedgehog-Konzept	219
5.9	Jobs-to-be-done-Konzept	222
5.10	Eisenhower-Matrix	224
	Literatur	225
6	Kundenwertmodelle	229
6.1	Grundlagen	229
6.2	Methoden zur Kundenwertermittlung	233
6.3	Net Promoter Score	244
	Literatur	247
7	Kreativmethoden	249
7.1	Brainstorming, Brainwriting und Brainwalking	249
7.2	Attribute Listing	252
7.3	Design Thinking	253

7.4	Lego Serious Play	259
7.5	Mind Map	261
7.6	World Café	264
	Literatur	270
8	Innovative Instrumente des Projektmanagements	273
8.1	Scrum	275
8.2	Lean Start-up	292
8.3	Kanban-Konzept	302
	Literatur	303
9	Konzepte zur Budgetierung	305
9.1	Percentage of Sales Method	305
9.2	Competitive Parity Method	306
9.3	All you can afford Method	306
9.4	Objective Task Method	306
9.5	Zero Base Budgeting	308
10	Strategischer und operativer Marketingplan	311
10.1	Erstellung eines strategischen Marketingplans	311
10.2	Erstellung eines operativen Marketingplans	313
	Literatur	315
11	Instrumente für das Change-Management	317
11.1	Ausgestaltung des Change-Management-Prozesses	317
11.2	Phasen und Instrumente des Change-Management-Prozesses	321
11.3	Stakeholder-Onion-Modell	336
11.4	Das Haus der digitalen Transformation	338
	Literatur	342
	Stichwortverzeichnis	343