

LEARNING FROM THE BEST ... BEI INNOVATION

- DAS ERKENNEN VON KUNDENPROBLEMEN SEITE 122

KUNDENPROBLEME SIND DER DREH- UND ANGELPUNKT FÜR JEDES INNOVATIVE UNTERNEHMEN. KAUM EINES ERKENNT DIE WAHREN PROBLEME DES KUNDEN.
- DAS LÖSEN VON KUNDENPROBLEMEN SEITE 128

DAS UNTERNEHMEN, DAS DIE PROBLEME DES KUNDEN LÖST, WIRD MIT WACHSTUM UND GEWINNEN BELOHNT. DIE HÜRDE IST DER MUT.
- KUNDENPROBLEME: STILLSTAND IST RÜCKSCHRITT SEITE 132

KUNDENPROBLEME SIND VOLATIL. SELBSTZUFRIEDENHEIT ÜBER ERREICHTES MUSS UNBEDINGT VERMIEDEN WERDEN.
- INNOVATION IN REIFEN INDUSTRIEN SEITE 136

DIE ALLEINIGE FOKUSSIERUNG AUF KOSTEN, PROZESSE UND VERDRÄNGUNG GREIFT ZU KURZ. AUCH IN REIFEN INDUSTRIEN IST VIEL RAUM FÜR INNOVATION.
- DER AUFBAU UND DIE GESTALTUNG VON PLATTFORMEN SEITE 144

PLATTFORMEN SIND CHANCE UND GEFAHR FÜR JEDES UNTERNEHMEN. ES GILT, DIE EIGENE ROLLE FRÜHZEITIG ZU BESTIMMEN.

LEARNING FROM THE BEST ... BEI INNOVATION

- AUF DER SUCHE NACH DEM BLAUEN OZEAN

SEITE 152

DAS ADDIEREN VON IMMER MEHR PRODUKTFEATURES IST EINFACH UND LIEFERT KAUM WETTBEWERBSVORTEILE. DIE REDUKTION UND UNERWARTETE DIFFERENZIERUNG SCHAFFT NEUE, HOCH PROFITABLE MÄRKTE.

- WERTE UND KULTUR ALS BASIS FÜR INNOVATION

SEITE 161

INNOVATION BASIERT AUF EINER INNOVATIONSFÖRDERNDEN KULTUR. DIE ZENTRALEN WERTE MÜSSEN VERINNERLICHT SEIN.

- GUTE UND ÜBERZEUGENDE BOTSCHAFTEN

SEITE 165

JEDES PRODUKT MUSS VERMARKTET WERDEN. ÜBERFORDERN SIE DEN KUNDEN NICHT, WENIGER IST OFTMALS MEHR.

- SOFTWARE VERKAUFT HARDWARE

SEITE 171

EIN EPOCHALER WANDEL FINDET STATT. NICHT MEHR DAS PHYSISCHE PRODUKT BESTIMMT DIE KAUFENTScheidUNG, SONDERN DIE SOFTWARE.

- THE „TREND“ IS NOT YOUR FRIEND

SEITE 176

DER HERDE ZU FOLGEN, IST EINFACH. GROSSES ENTSTEHT SO ABER NICHT, IM GEGENTEIL.