

# Inhaltsverzeichnis

<b>ÜBERSICHT</b>	<b>Seite 6</b>	<b>FUNDAMENT</b>	<b>Seite 12</b>	<b>MARKTUMFELD</b>	<b>Seite 58</b>
<b>Einleitung</b>	Seite 6	<b>GESCHÄFTSFELDER</b>	Seite 16	<b>KUNDENBEDÜRFNISSE</b>	Seite 62
<b>Arbeiten mit dem Workbook</b>	Seite 7	<b>ERFOLGSFAKTOREN</b>	Seite 34	<b>TRENDS</b>	Seite 74
<b>Vorgehen</b>	Seite 8	<b>VISION</b>	Seite 42	<b>KONKURRENZVERGLEICH</b>	Seite 86
<b>Vier Themenfelder mit Kapiteln</b>	Seite 10	<b>UNTERNEHMENSZIELE</b>	Seite 50	<b>MARKTCHANCEN</b>	Seite 94
<b>Drei Schritte pro Kapitel</b>	Seite 11				
		<b>UNTERNEHMEN</b>	<b>Seite 104</b>	<b>STRATEGIE ROADMAP</b>	<b>Seite 150</b>
		<b>MARKTPositionierung</b>	Seite 108	<b>STRATEGISCHE PRIORITÄTEN</b>	Seite 154
		<b>ANALYSE DER WERTSCHÖPFUNG</b>	Seite 120	<b>LANGFRISTIGE AUSRICHTUNG</b>	Seite 168
		<b>VERBESSERUNGSPOTENTIALE</b>	Seite 128		
		<b>ANALYSE PRODUKTPORTFOLIO &amp; KUNDENGRUPPEN</b>	Seite 140		
<b>ABSPANN</b>	<b>Seite 182</b>				
<b>Feedback und Anregungen</b>	Seite 183				
<b>Stichwortverzeichnis</b>	Seite 184				