

Stretching w biznesie. Rozwijanie działalności w lepszych i gorszych czasach.

Autorzy: Graeme K. Deans, Fritz Kroeger

Rozwój -- to słowo pojawia się bardzo często podczas spotkań, narad, tworzenia planów i strategii. Jednak dziś stabilny rozwój przedsiębiorstwa zależy od wielu czynników. Dopracowana do perfekcji struktura organizacyjna, maksymalnie zredukowane koszty i najwyższa wydajność pracy to tylko niektóre z nich. Wielu prezesów i dyrektorów nie zdaje sobie sprawy z tego, co można zrobić, by stymulować rozwój firmy. Część z nich boi się podejmować radykalne kroki i ryzyko niezbędne do tego, aby firma mogła się szybko rozrastać. Sądzą, że poprawa efektywności i redukcja kosztów nie są zbyt ryzykowne, podczas gdy inicjatywy rozwojowe niosą ze sobą znacznie większe zagrożenie. Jest jednak inaczej.

Książka " Stretching w biznesie. Rozwijanie działalności w lepszych i gorszych czasach" to efekt 14-letnich badań przeprowadzonych przez jej autora w ponad 29 tys. przedsiębiorstw. W oparciu o wyniki tych badań A.T. Kearney stworzył czteroetapowy plan rozwoju przedsiębiorstwa i opis precyzyjnych kroków prowadzących do wdrożenia każdego etapu. Czytając niniejszą książkę, przekonasz się, że dynamiczny wzrost jest możliwy w każdej branży, w każdym regionie i w każdym okresie. Autor udowodni Ci, że rozwój przedsiębiorstwa nie zależy od czynników zewnętrznych, ale od wewnętrznych działań podejmowanych w firmie.

- Znajdowanie celu rozwoju
- Przygotowywanie firmy do rozwoju
- Model rozwoju przez rozciąganie
- Usuwanie wąskich gardeł
- Usprawnianie procesu podejmowania decyzji
- Planowanie właściwej strategii
- Reorganizacja procesów biznesowych

Jeśli chcesz pójść w ślady firm, które odnoszą sukcesy, wykorzystaj strategię rozwoju, w oparciu o którą działają.

Spis treści:

Przedmowa (9)

Podziękowania (11)

Wstęp (13)

Część I Krajobraz rozwoju firmy (27)

Rozdział 1. Rozpoznawanie wyzwań i przeszkód (29)

- Wyzwania towarzyszące rozwojowi - to więcej niż zdobycie tylko jednego szczytu (30)
- Upadek wielu popularnych koncepcji i strategii rozwoju (34)
- Wyzwanie dla Coca-Coli - przeszkody w rozwoju na przełomie wieków (36)
- Czy możemy sprostać wyzwaniom, jakie niesie ze sobą rozwój? (38)

Rozdział 2. Gra w konsolidację (41)

- Nauka na przykładach (42)

Rozdział 3. Władze państwowe mogą wspierać lub utrudniać rozwój (55)

- Branżowe wskaźniki wzrostu w poszczególnych krajach są różne (57)
- Władze promują wybrane branże (59)
- Łączenie biznesu i polityki na krzywej finału (61)
- Nasilenie protekcjonizmu (64)
- Krótka podróż po świecie (66)
- Wnioski (72)

Część II Argumenty przemawiające za rozwojem (75)

Rozdział 4. Cel rozwoju (77)

- Znajdź właściwą ścieżkę (79)
- Wykorzystywanie właściwych dźwigni (92)

Rozdział 5. Przygotowanie do rozwoju (95)

- Pozytywne aspekty rozwoju (96)
- Skutki konsolidacji branży (100)
- Diagnozowanie wzrostu (104)

Część III Model rozwoju przez rozciąganie (107)

Rozdział 6. Wprowadzenie do modelu rozwoju przez rozciąganie (109)

- Opowieść o dwóch strategiach (111)
- Zdecentralizowane i zunifikowane (121)

Rozdział 7. Działalność operacyjna - usuwanie "wąskich gardel" i barier rozwoju (125)

- Wal-Mart - rozwój napędzany przez działalność operacyjną (126)
- 1. Zarządzanie procesem zaopatrzenia (127)
- 2. Jakość produktu i usługi (128)
- 3. Rozwój nowego produktu (129)
- 4. Dostawa na czas (131)
- 5. Lepsza obsługa klienta (132)
- 6. Efektywność sprzedaży (133)
- 7. Strategia cenowa i jej wdrażanie (134)
- Graco (136)

Rozdział 8. Organizacja - budowanie dobrze prosperujących firm (139)

- Goldman Sachs (140)
- Eliminacja tarć (143)
- Przełamanie barier rozwoju (145)
- Sara Lee (148)
- Usprawnienie procesu podejmowania decyzji (149)

- Powiązanie systemu wynagrodzeń z rozwojem firmy (150)
- HSBC Holdings (151)

Rozdział 9. Strategia - wykorzystanie dźwigni strategicznych (155)

- Toyota (155)
- W jakiej branży rzeczywiście działasz? (159)
- Na czym polega Twoja strategia rozwoju zorientowana na klienta? (159)
- Jakie kanały dystrybucji najsilniej pobudzają rozwój? (160)
- W których krajach powinieneś konkurować? (161)
- Jaki jest najlepszy portfel produktów? (162)
- Teleflex (162)
- Gdzie mieszczą się w Twoich planach fuzje i przejęcia? (164)
- Robert Mondavi (166)

Rozdział 10. Rozciąganie - osiągnięcie nadzwyczajnego tempa wzrostu (171)

- Nestlé (171)
- Łańcuch wartości i model biznesowy (174)
- Baza klientów (175)
- Obsługa (177)
- Partnerstwo i podział ryzyka (178)
- Kanały dystrybucji (178)
- Marki (179)
- Wygoda i dostosowanie do indywidualnych potrzeb (180)
- Zasięg geograficzny (181)
- Technologia (182)
- Johnson & Johnson (183)

Część IV Realizacja i wnioski (187)

Rozdział 11. Organizacja procesu rozwoju - rozwiązywanie problemów związanych z implementacją (189)

- Przekonanie partnerów do rozwoju (191)
- Wybór właściwego dyrektora generalnego z punktu widzenia rozwoju (193)
- Stworzenie kultury rozwoju (195)
- Globalizacja i ekspansja geograficzna (197)

Rozdział 12. Przebudowa procesów biznesowych pod kątem rozwoju (201)

- Podstawowe procesy umożliwiające rozwój (202)
- Innowacje - narodziny nowych produktów i usług (203)
- Możliwości wzrostu (206)
- Zarządzanie decyzjami o fuzjach i przejęciach (207)

Rozdział 13. Przyszłe wyzwania dla rozwoju (213)

- Powody dla zachowania nadziei (215)
- Perspektywy wzrostu dla głównych regionów (215)
- Prognozy wzrostu w kluczowych branżach (217)

- Rozciąganie w przyszłość (222)

Dodatek Ekonomiczna wartość dodana (EVA) i inne schematy wartości (223)

- Strategie cenowe (227)

Skorowidz (233)