

[opis]

Czy wiesz, jaki jest najlepszy sposób na stymulowanie rozwoju własnej firmy? Jeśli nie, nadszedł czas, aby poprawić swoją inteligencję wzrostu, tak by móc mądrze podejmować strategiczne decyzje.

Próby odgadnięcia, jaki ruch należy wykonać, by poprawić wyniki firmy, mogą nas przytłoczyć. A przecież, jak dowiesz się z tej książki, istnieje tylko **dziesięć prostych – choć często błędnie pojmowanych – ścieżek rozwoju**. Każda dobra strategia wzrostu może być sprowadzona do wyboru właściwej kombinacji i sekwencji owych ścieżek w zależności od aktualnej sytuacji, w jakiej się znaleźliśmy.

Tiffani Bova pomaga firmom na całym świecie w rozwiązaniu najbardziej dotkliwego problemu: „**Jak dalej się rozwijać w obliczu ostrej konkurencji i szybko zmieniającego się otoczenia biznesowego?**”.

Teraz zdecydowała się – nawiązując do swojego wieloletniego doświadczenia – podzielić się z nami **kilkudziesięcioma fascynującymi i dogłębnie przeanalizowanymi studiami przypadku**, które świetnie ilustrują szanse i zagrożenia wiążące się z obraniem każdej z dziesięciu ścieżek, to, jak owe ścieżki ze sobą współdziałają, a także jakie zastosowanie znajdują w dzisiejszym świecie biznesu.

Dowiesz się, jak:

- **Red Bull** przełamał monopol Coca-Coli i PepsiCo na rynku napojów bezalkoholowych dzięki obraniu ścieżki penetracji bazy klientów, aby zdobyć punkt zaczepienia w sektorze entuzjastów sportu, a następnie przeniknąć do rynku głównego.
- **Marvel** przeobraził się z borykającego się z problemami wydawnictwa komiksowego w olbrzyma branży rozrywkowej dzięki obraniu strategii dywersyfikacji klientów i produktów, przenosząc uwagę z komiksów na filmy z bohaterami ze swoich komiksów.
- **Starbucks** przeszedł kryzys marki, kiedy to przytłoczył swoich klientów strategią ekspansji produktowej, a następnie skorygował kurs z przywróconym na stanowisko prezesa Howardem Schulzem u sterów i powrócił na ścieżkę doświadczenia konsumentckiego.

Dzięki wnikliwym analizom tych i wielu innych studiów przypadku dowiesz się, **dlaczego powielanie strategii, które sprawdziły się u twoich konkurentów, albo poleganie na strategiach, które sprawdziły się u ciebie w przeszłości, może okazać się błędem**.

Nabranie pewności w rozwijaniu firmy wymaga rozwinięcia w sobie inteligencji wzrostu.

[rec]

Zbyt wiele firm dąży do krótkoterminowego wzrostu, który staje się celem samym w sobie. Takie firmy kultywują kulturę wypalenia. A przecież inteligentny rozwój to rozwój zrównoważony i trwały. Tiffani Bova pokazuje nam, jak go utrzymać dzięki tworzeniu kultury korporacyjnej skupionej na celu i wykorzystaniu oddania, a nie na poświęcaniu swoich ludzi.

- **Arianna Huffington**, założycielka i dyrektor zarządzający Thrive Global, założycielka „Huffington Post”

Książka Bovy, godna następczyni prac Michaela Portera, to rzadki dar – otwiera nam drzwi do nowych pomysłów i działań. Żadnych pięknych słówek, tylko ciężko zdobyta wiedza, która może zainicjować wielkie zmiany w organizacjach małych

i dużych.

- **Seth Godin**, autor książki *To jest marketing!*

Wszyscy pragniemy, aby nasze firmy dobrze się rozwijały, ale jak możemy tego dokonać? Na szczęście Tiffani Bova ma odpowiedzi na nasze pytania. W swojej książce prezentuje nam dziesięć ścieżek rozwoju – od stworzenia fascynującego doświadczenia konsumentckiego po niekonwencjonalne rozwiązania. Swoje spostrzeżenia popiera solidnymi danymi i przykładami świetnie prosperujących przedsiębiorstw. Masz wybór: dalej kroczyć utartą ścieżką albo podążać za Tiffani Bovą prosto w przyszłość.

- **Daniel H. Pink**, autor książki *Drive. Kompletnie nowe spojrzenie na motywację*

Tiffani Bova ma talent do ubierania złożonych i wnikliwych analiz w proste i eleganckie słowa. IQ wzrostu zajmuje się najistotniejszą kwestią w biznesie.

- **Tom Peters**, autor *W poszukiwaniu doskonałości w biznesie*

[autor]

TIFFANI BOVA zajmuje się strategiami rozwoju i innowacji w firmie Salesforce. Z jej doradztwa korzystają klienci na całym świecie. Przez ostatnie dwadzieścia lat stała na czele generujących przychody oddziałów w rozmaitych firmach – zarówno tych umieszczonych na liście Fortune 500, jak i należących do grupy start-upów.

Dziesięć lat pracowała jako wybitny pracownik analityczno-badawczy dla firmy Gartner – światowego lidera sektora doradczo-badawczego specjalizującego się w strategicznym wykorzystaniu nowoczesnych technologii. Jej wnikliwe analizy i spostrzeżenia pomogły zwiększyć udział w rynku i przychody takim firmom jak Microsoft, Cisco, Hewlett-Packard, IBM, Oracle, SAP, AT&T, Dell, Amazon-AWS i wielu innym wiodącym przedsiębiorstwom. W rękę trzymasz pierwszą książkę autorki.