

HANSER

Der Blaue Ozean als Strategie

W. Chan Kim, Renée Mauborgne

Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt

ISBN 3-446-40217-9

Inhaltsverzeichnis

Weitere Informationen oder Bestellungen unter
<http://www.hanser.de/3-446-40217-9> sowie im Buchhandel

Inhalt



Vorwort	IX
Dank	XI

Teil 1: Strategien zur Eroberung blauer Ozeane (SEOs)

1 Erschließung blauer Ozeane	3
2 Tools und Formate für die Analyse	21

Teil 2: Formulierung von SEOs

3 Umgestaltung der Marktgrenzen	43
4 Fokussierung auf das Gesamtbild	75
5 Über die vorhandene Nachfrage hinausgreifen	93
6 Die richtige strategische Abfolge einhalten	107

Teil 3: Umsetzung von SEOs

7 Überwindung der entscheidenden Hürden in der Organisation	135
8 Integration der Umsetzung in die Strategie	159
9 Schluss: Nachhaltigkeit und Erneuerung von SEOs	173

Anhang A: Das geschichtliche Muster bei der Eroberung blauer Ozeane	179
---	-----

Anhang B: Nutzeninnovation: Rekonstruktivistische Betrachtung der Strategie	197
---	-----

Anhang C: Die Marktdynamik der Nutzeninnovation	201
--	-----

Anmerkungen	205
-------------------	-----

Bibliografie	213
--------------------	-----

Register	221
----------------	-----

Über die Autoren	225
------------------------	-----