

Spis treści

Wprowadzenie: strategiczna triada	7
Strategia firmy	11
1. Ponad przeciętność	13
2. Strategiczne realia firmy	16
3. Istota strategii	26
4. Trzy klucze do sukcesu rynkowego	33
Strategiczna analiza firmy i jej rynku	41
5. Wymiary analizy strategicznej	43
6. Analiza rynku: wymiar nabywców	46
7. Analiza rynku: wymiar konkurentów	57
8. Diagnoza produktów firmy	74
9. Analiza organizacji: zasoby niematerialne	85
10. Analiza organizacji: wymiar finansowy	97
11. Strategiczna diagnoza organizacji	114
Budowa wygrywających strategii	127
12. Myślenie liniowe i lateralne	129
13. Wygrywające strategie: cele, programy i metody działania	134
14. Wygrywające strategie: domena i przewaga strategiczna	148
15. Podsumowanie: tworzenie skutecznej strategii	162