

Spis treści

Wstęp	9
O autorach	15
Część I	
Konkurencja	17
Rozdział 1. Informacje podstawowe i terminologia	19
Co za dużo, to niezdrowo	20
Umysł nie lubi chaosu	21
Klienci czują się niepewnie	23
Klienci tracą ostrość obrazu	25
Rozdział 2. Konkurencja zaostrza się	29
Eksplozja możliwości wyboru	29
Wzrost konkurencji	33
Sektor doradczy	36
Ostrożność wysoce wskazana	37

Rozdział 3. Repozycjonowanie konkurencji.	39
Atakuj rozsądnie	40
Słabość w sile.	41
Oczywiste skojarzenia.	43
Głównym celem ataku jest eksponowanie własnych zalet.	47
Zamiana miejsc z konkurencją	48
Chiny uczą się	52
 Część II	
Zmiany	55
 Rozdział 4. Świat się zmienia	57
Najważniejsza jest ewolucja	59
Podtrzymywanie technologii.	63
Jak rozszerzać działalność?	66
Ewolucyjna porażka i ewolucyjny sukces	72
Problem szablonowego myślenia.	73
 Rozdział 5. Większym zmiany przychodzą z wielkim trudem. . .	75
Kompleks wielkości	76
Osobisty interes	81
Dlaczego wszystko idzie źle?	83
Wielkość nie popłaca	86
Przebudzenie prezesa zarządu	87
 Rozdział 6. Kiedy firma nie powinna się już rozrastać.	89
Pułapka wzrostu.	90
Podstępne opcje	93
Pułapka modernizacji.	94
Utrata wyrazistości.	96
Pułapka „bo wszyscy tak robią”	99

Część III**Kryzys** 103

Rozdział 7. Kryzys zmienia reguły gry 105

Kres długoterminowego planowania 106

Kryzys w sektorze energii atomowej 108

Kryzys w General Motors 111

Kilka wskazówek 113

Rozdział 8. W gruncie rzeczy chodzi o wartość produktu 117

Sukces Wal-Marta 118

Imperium komputerów osobistych kontratakuje 119

Podejście Charlesa Schwaba 120

Polityka cenowa 120

Wielcy na usługach 123

Prestiż wyszedł z mody — zastąpiła go cena 124

Parę słów o promocjach cenowych 129

Część IV**Sztuka repozycjonowania** 131

Rozdział 9. Repozycjonowanie wymaga czasu 133

Ludzie nie zmieniają łatwo zdania 134

Na czym polega dostosowanie 136

Nigdy nie jest za wcześnie 138

Budowanie cyberwyspy 139

Repozycjonowaniu trzeba nadać rozgłos 141

Cztery reguły prowadzące do sukcesu 145

Rozdział 10. Repozycjonowanie nie jest dla potulnych 147

Właściwy kierunek 149

Duża firma, duży problem	150
Liczą się fakty	151
Liczy się czas	153
Zmiany wewnętrzne	154
Utożsamianie firmy z jej szefem	156
Ruszamy	158
 Rozdział 11. Repozycjonowanie zaczyna się od prezesa i kończy na nim	159
Stare dojne krowy	160
Błędne decyzje z przeszłości	161
Wszystko pod kontrolą	162
Rady dla przezornych	162
Trochę edukacji nigdy nie zaszkodzi	163
Wykorzystaj analogię	164
Wdrażaj powoli	164
Wszyscy muszą być gotowi na zmiany	165
 Rozdział 12. Repozycjonowanie to naturalny proces	167
Nowy zarząd	167
Co się tu dzieje?	169
Stawić czoła rzeczywistości	170
Firmy konsultingowe przedstawiają zawiłe rozwiązania	171
Firmy płacą za skomplikowane rozwiązania	173
W poszukiwaniu oczywistego	174
 Zakończenie	181