



1. Aufl. 2016, XIII, 253 S.

Printed book

Hardcover

[1]49,99 € (D) | 51,39 € (A) | CHF
51,50

eBook

[2]39,99 € (D) | 39,99 € (A) | CHF
44,00

Available from your library or
springer.com/shop

Matthias Hirzel, Herbert Zub, Nick Dimler (Eds.)

Strategische Positionierung

Geschäfts- und Servicebereiche auf Kundenbedarf fokussieren

- **Geschäfts- und Servicebereich dauerhaft erfolgreich machen**
- **Strategie als bottom-up-Bewegung**
- **Modelle, Konzepte und zahlreiche Beispiele aus der Praxis**

Wie eine Strategie entwickelt wird, wie die Geschäfts- und Service-Bereiche strategisch erfolgreich positioniert und wie sie in Einklang mit der Gesamtstrategie gebracht werden können, zeigt dieses Buch. Autoren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Beratung stellen erfolgreiche Methoden, praxisbezogene Konzepte und zahlreiche Lösungsbeispiele vor. Wer als Unternehmens-, Bereichs- oder Abteilungsleiter sein „Geschäft“ über den Tag hinaus professionell ausrichten, die Wettbewerbsfähigkeit seiner Organisation nachhaltig sichern und den Beteiligten eine Perspektive geben will, findet hier wertvolle Anregungen. Dies gilt für Geschäftsbereiche ebenso, wie für Service-Bereiche i.e.: HR, Logistik, IT, Instandhaltung, Beschaffung, Marketing, F&E, Finanzen, Organisation, Business Engineering etc. Ebenso sind Planer und Controller, Unternehmens-, Organisations- oder Personalentwickler, die sich für das unternehmerische Denken und Handeln im Hause einsetzen, angesprochen.



Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.