

## Strategische Positionierung

### Geschäfts- und Servicebereiche auf Kundenbedarf fokussieren

#### Inhalt

Wie eine Strategie entwickelt wird, wie die Geschäfts- und Service-Bereiche 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.

Verfasst von Autoren mit unterschiedlichem Hintergrund: AAA Auctor Actor Advisor, HLP Dimler & Karcher, HLP Hemel Consulting, Goethe Universität Frankfurt am Main, HLP Hirzel Leder & Partner, Berner Trading Holding, HLP Opecon Business Coaching, Debeka Versicherungs-Gruppe, HLP Berneh, Deutsche Bibelgesellschaft, Competivation Consulting, SOKA-BAU, Umicore.

#### Zentrale Themen sind:

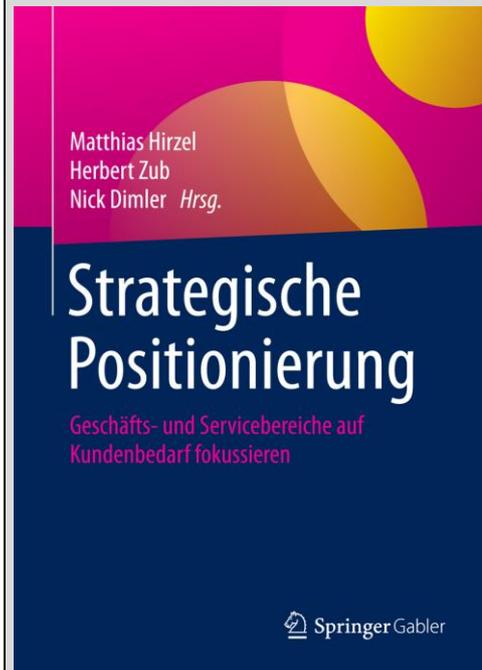
- Geschäfts- und Servicebereiche dauerhaft erfolgreich machen
- Strategie als top down- und bottom up-Bewegung
- Modelle, Konzepte und zahlreiche Beispiele aus der Praxis
- Vermittlung der strategischen Denk- und Verhaltensweisen, der systematischen und intuitiven Aspekte
- Rollen und Arbeitsweisen von Unternehmensleitung und „Intrapreneurs“ für eine wirkungsvolle strategische Ausrichtung
- Einsatz angemessener Software-Anwendungen für die Unterstützung des Projektportfolio-Managements
- Schritte und Inhalte eines regelmäßigen, strategisches Planungs- und Controlling-Prozesses

#### Strategische Positionierung

*Geschäfts- und Servicebereiche auf Kundenbedarf fokussieren*  
 Herausgegeben von Matthias Hirzel, Herbert Zub und Nick Dimler  
 Springer Gabler-Verlag, Wiesbaden 2016  
 253 Seiten, 39,99 EURO  
**ISBN: 978-3-658-11905-8**

#### Zielgruppen

- Unternehmens-, Bereichs- oder Abteilungsleiter
- Planer und Controller
- Unternehmens-, Organisations- oder Personalentwickler



#### Herausgeber

**Matthias Hirzel**, Mitbegründer und geschäftsführender Gesellschafter, HLP Hirzel Leder & Partner Management Consultants GbR, Frankfurt/Main.

**Herbert Zub**, Leiter Finance&Risk, SOKA-BAU, Wiesbaden.

**Dr. Nick Dimler**, geschäftsführender Gesellschafter, HLP Dimler und Karcher Unternehmensberatung PartG, Berlin.