

Turinys

Kaip man kilo mintis rašyti apie nematomus čempionus	11
Nematomų čempionų mitas	15
Kas jie? Pasirinkimas	16
Kas gali tapti nematomu čempionu?	28
Žinių ir duomenų bazė	29
Duomenys apie nematomų čempionų struktūrą	30
Ar nematomi čempionai dirba sėkmingai?	33
Nematomi čempionai – vokiškai kalbančių šalių regiono fenomenas?	37
Mokytis iš nematomų čempionų	38
Šios knygos tikslai	40
Santrauka	41
Augimas ir lyderystė rinkoje	42
Pradžioje – tikslas	42
Augimas augimas augimas	43
Nuo nematomų iki didžiųjų čempionų	45
Klestintis viduriukas	48
Augantys nykštukai	53
Augimas ne visada yra išsigelbėjimas	54
Darbuotojų skaičiaus didėjimas ir apyvartos augimas	55
Augimo varomosios jėgos	56
Lyderystė rinkoje	58
Kas yra lyderystė rinkoje?	63
Užimamos rinkos dalys	65

Užimama rinkos dalis ir pelningumas	66
Tikslų ilgaamžiškumas	69
Santrauka	70
Rinka ir sutelktumas	72
Rinkos apibrėžimas ir rinkos dalis	72
Mažos rinkos	74
Kaip nematomi čempionai apibūdina savo rinkas	76
Sutelktumas sutelktumas sutelktumas	78
Veiklos gylis ar plotis	79
Didieji rinkų nišų atstovai ir rinkų valdovai	82
Klestėjimas ir žlugimas	87
Švelni diversifikacija	90
Santrauka	99
Globalizacija	102
Globalizacija – antrasis ramstis	102
Dalyvavimas pasaulio rinkoje: statusas ir procesas	104
Rinkų globalizavimas	108
Globalizacija kaip augimo varomoji jėga	110
Regioniniai apyvartos dalių poslinkiai	113
Strateginė atskirų rinkų reikšmė	114
Ateities rinkos	116
Kinija	117
Indija	121
Rytų Europa ir Rusija	123
Japonija	124
Globalizacijos įgyvendinimas	126
Psichologiniai ir kultūriniai globalizacijos aspektai	128
Geostrateginis vidurys	131
Santrauka	134
Klientai ir paslaugų asortimentas	138
Glaudūs ryšiai su klientais	138
Klientų reikalavimai	142
Priklausomybė nuo klientų ir rizikos aspektai	144

Glaudžių ryšių su klientais įgyvendinimas	147
Paslaugų pasiūla	153
Santrauka	165
Naujovės	168
Ką reiškia naujovės?	168
Aukštas naujovių lygis	172
Naujovių varomosios jėgos	183
Naujovių atsiradimas	186
Naujovių diegimas. Vadovavimo ir organizavimo aspektai	189
Santrauka	196
Konkurencija	199
Struktūra ir elgesys konkurencinėje kovoje	199
Nematomi čempionai Porterio „penkių jėgų“ šviesoje	203
Konkurenciniai pranašumai	205
Apie konkurencinių pranašumų tvarumą	210
Konkurencinio pranašumo demonstravimas	212
Konkurencingumas ir kainos	215
Konkurencijos treniruočių partneriai	220
Perdėtas orientavimasis į konkurenciją	223
Santrauka	224
Finansavimas, organizavimas ir aplinka	228
Finansavimas	229
Organizacija	233
Aplinkos veiksniai	253
Įmonių kompleksas	255
Santrauka	257
Darbuotojai	261
Darbo vietų kūrėjai	261
Verslo kultūra	264
Santrauka	286

Vadovavimas	289
Nuosavybės ir vadovavimo struktūros	290
Ar svarbu vadovavimas?	293
Vadovavimo tęstinumas	294
Jauni vadovai	296
Įtakingos moterys	298
Vadovybės internacionalizacija	302
Asmenybės	304
Santrauka	313
Nematomi čempionai – auditas ir strategijos kūrimas	317
Kas yra strategija?	318
Nematomų čempionų strategija: kam tinka?	318
Nematomų čempionų auditas	319
Santrauka	347
Nematomų čempionų pamokos	350
Vadovavimas ir tikslai	350
Geri darbo rodikliai	351
Gilumas	351
Decentralizacija	352
Sutelktumas	353
Globalizacija	353
Naujovės	354
Artumas klientams	354
Trys apskritimai ir aštuonios pamokos	355
Pamokymai strategijų kūrėjams	356
Pamokos mažoms įmonėms	359
Pamokos vidutinėms įmonėms	361
Pamokos stambioms įmonėms	361
Pamokos investuotojams	368
Pamokos regionams ir šalims	371
Rodyklė	379