

Erich Joachimsthaler

# PASLĖPTA PRIEŠ AKIS



*Kaip nustatyti ir įgyvendinti bendrovės  
didžiosios plėtros strategiją*

**Verslo  
Žinios**

# Turinys

*Įvadas ir padėka xi*

## **I dalis Paslėptos naujovių ir plėtros galimybės**

Pirmas skyrius	Žvelgti iš išorės vidun
Antras skyrius	Užimti paklausos ekosistemą

## **II dalis Paklausa pagrįstas naujovių ir plėtros modelis**

Trečias skyrius	Sukurti paklausos vietovaizdį Kaip „Frito-Lay“ pateikė esamą gaminį, kad šis rastų vietą įprastame vartotojų gyvenime
Ketvirtas skyrius	Išplėsti galimybių erdvę Kaip „Allianz“ nustatė naujas galimybių erdves
Penktas skyrius	Suformuoti galimybių erdvę Kaip „GE Healthcare“ paleido į darbą vaizduotę ieškodama platformos naujai plėtrai
Šeštas skyrius	Sudaryti strateginį veiksmų planą Kaip „State Street“ atgaivino savo verslą, ir kaip „Axe“ iš naujo apibrėžė visą prekių kategoriją

### **III dalis Tenkinti kliento poreikius: įgyvendinimo strategijos**

Septintas skyrius	Kaip patenkinti kliento poreikius	153
Aštuntas skyrius	Sąsaja su klientais ir jų įtraukimas	171
Devintas skyrius	Įsisavinti naujovių ir plėtros darbotvarkę	197
	<i>Pastabos</i>	225
	<i>Rodyklė</i>	235
	<i>Apie autorių</i>	240