

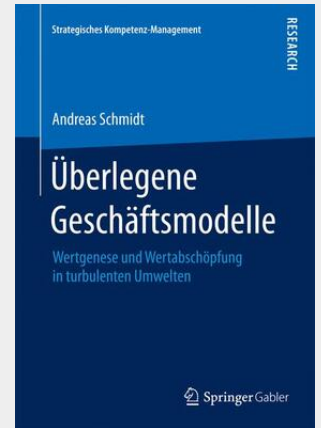
Schmidt

Überlegene Geschäftsmodelle

Wertgenese und Wertabschöpfung in turbulenten Umwelten

Mit Hilfe einer profunden Bestandsaufnahme und stichhaltigen Analyse zeigt Andreas Schmidt drei „Ko“-Kriterien zur Optimierung der Wettbewerbswirkung von Geschäftsmodellen auf: Kontingenz zur Umwelt, Konsistenz seiner Bestandteile und eine kohärente Implementierung über die Entscheidungsebenen hinweg. Ein Compliance-Kompass sowie Beispiele für einfache und komplexe Geschäftsmodelle illustrieren die praktische Relevanz der Untersuchung. Hinweise zur Gestaltung aber auch Implementierung und Steuerung von Geschäftsmodellen zeigen diverse Entwicklungspfade zu einer überlegenen Wertgenese und Wertabschöpfung in umkämpften Märkten. Dabei werden sowohl Innovationstreiber als auch Verteidigungsoptionen eruiert, um schließlich Möglichkeiten für ein ausgeglichenes (ambidexteres) Management im Laufe des Geschäftsmodell-Lebenszyklus zu schaffen.

Mit Hilfe einer profunden Bestandsaufnahme und stichhaltigen Analyse zeigt Andreas Schmidt drei „Ko“-Kriterien zur Optimierung der Wettbewerbswirkung von Geschäftsmodellen auf: Kontingenz zur Umwelt, Konsistenz seiner Bestandteile und eine kohärente Implementierung über die Entscheidungsebenen hinweg. Ein Compliance-Kompass sowie Beispiele für einfache und komplexe Geschäftsmodelle illustrieren die praktische Relevanz der Untersuchung. Hinweise zur Gestaltung aber auch Implementierung und Steuerung von Geschäftsmodellen zeigen diverse Entwicklungspfade zu einer überlegenen Wertgenese und Wertabschöpfung in umkämpften Märkten. Dabei werden sowohl Innovationstreiber als auch Verteidigungsoptionen eruiert, um schließlich Möglichkeiten für ein ausgeglichenes (ambidexteres) Management im Laufe des Geschäftsmodell-Lebenszyklus zu schaffen. Der Inhalt - Wissenschaftstheoretische Analyse und Systematisierung des Forschungsfeldes - Geschäftsmodell-Exploitation und Geschäftsmodell-Exploration als Vorteilsquelle - Managementimplikationen Die Zielgruppen - Dozierende und Studierende sowie Vertreter der Scientific Community des Strategischen Managements, der Entrepreneurship-Forschung und des Innovationsmanagements - Unternehmensgründer sowie Führungskräfte, Consultants und Professionals der Corporate und Business Strategy Der Autor Andreas Schmidt promovierte bei Prof. Dr. Christoph Rasche an der Universität Potsdam, lehrt und forscht im Bereich des Strategischen Managements.



69,99 €

65,41 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658086558

Medium: Buch

ISBN: 978-3-658-08655-8

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 15.01.2015

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2015

Serie: Strategisches Kompetenz-Management

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 605 g

Seiten: 454

Format (B x H): 148 x 210 mm

