

Obsah

1. Potenciál firmy	9
1.1 Hierarchické uvažování se stává překážkou	9
2. Strhující vize	13
2.1 Vizionářské žvanění	13
2.1.1 Co a komu chce firma nabízet?	15
2.1.2 Na jakém potenciálu firma poroste?	17
2.1.3 Co a jak chce firma dělat?	18
2.1.4 Co to přinese, kolik to bude stát, jak to měřit?	22
2.2 Prosazení vize	27
2.3 Realita může být stejná!	31
3. Know-how procesů a činností	33
3.1 Procesy versus hierarchické struktury	33
3.2 Základní procesy, nevyužitý zdroj, ztráta efektů	41
3.2.1 Znalosti o trhu, konkurenci, potřebách zákazníků a komunikace se zákazníkem	41
3.2.2 Vývoj a příprava nových produktů a služeb, pilotní projekty	42
3.2.3 Obchod, prodej, nákup – řízení zákaznických potřeb	43
3.2.4 Realizace: výroba a služba – integrovaný produkt	48
3.2.5 Flexibilita činností	50
3.3 Reengineering manažerských procesů	52
3.3.1 Strategické řízení	52
3.3.2 Řízení klíčových firemních projektů	57
3.4 Podpůrné procesy – samostatné podnikání	57
3.4.1 Řízení kapitálu – lidského, finančního, informačního...	57
3.5 Design firmy	72
3.5.1 Podnikatelské jednotky – nákladová střediska	74
3.5.2 Podnikatelské sítě	78

4. Zákaznická kreativita a flexibilita konečně povolena	83
4.1 Duševní versus finanční kapitál	83
4.1.1 Kreativita znamená uvolnit, komunikovat, zjednodušit	88
4.1.2 Konkrétní příležitosti – konkrétní efekty	88
4.1.3 Odhozené „hromady“ nepotřebných informací	91
4.1.4 Tým potřebuje „osobnosti“	92
4.1.5 Překážky, které nejvíce brání změnám	94
4.2 Jaké projektové řízení podporuje změny?	96
4.2.1 Vědomá organizace projektů v rámci firmy	101
4.2.2 Řízení průběhu všech fází projektu	110
4.2.3 Správný výběr a příprava manažerů projektu	123
4.3 Krize je nejlepší příležitostí k radikálním změnám	125
4.3.1 Krize je velká šance pro schopné lidi	126
4.4 Kde jsou lidé s nápady?	134
5. Spolehlivá partnerství, efektivní síť a komunikace	137
5.1 Globalizace a partnerství	137
5.1.1 Internet a informační partnerství	139
5.1.2 Partnerství a virtuální firmy	140
5.1.3 Strategická partnerství	141
5.1.4 Netradiční, projektová partnerství	142
5.1.5 Budování zákaznických vztahů	143
5.2 Informační „byrokracie“	146
Literatura	148