

Grundsätzlich gilt für jede Auseinandersetzung mit Strategie:

- Die Strategie beschreibt den Weg zu Wettbewerbsvorteilen
- Wettbewerb ist alles, was Geschäft wegnimmt
- Was Wettbewerbsvorteile sind, entscheidet der Kunde
- Wettbewerbsvorteile sind die Barriere gegen Mitbewerber
- Wer keine Wettbewerbsvorteile bietet verkauft über Rabatte
- Wer auf Macht setzt, hat schon verloren
- Vertrauen ist radikal komplexitätsreduzierend

Kontrollfragen:

1. Sie haben keinen Wettbewerber? Falls noch nicht,
2. Erfinden Sie einen! Sonst tut es ein anderer.
3. Welchen Einfluss hat die Organisation auf welche Wertschöpfungskette?
4. Aus der Kundenorientierung entsteht der Wettbewerbsvorteil. Die Ideen dazu kommen mit dem konsequenten Ohr am Kunden – tun Sie das?
5. Wo wird der Weg beschrieben, auf dem Kundenkenntnis erlangt, dokumentiert und laufend erhöht wird?
6. Die Entscheidung bei jeder Formulierung steht an: Prozessorientierung, Produktorientierung oder Kundenorientierung?
7. Denn der Kunde erkennt Ihre Art der Orientierung sofort; er spürt, ob sein Lieferant zuerst an sich (die eigene Sicherheit) oder an ihn – den Kunden denkt, also an die Chance für beide.