

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Пролог.</b> COVID-19 .....	5
<b>Вступление</b> .....	8
<b>Глава 1.</b> Текучка и кризис. ....	17
<b>Глава 2.</b> Проблема краткосрочных целей .....	23
<b>Глава 3.</b> Кто должен заниматься решением стратегических задач .....	30
<b>Глава 4.</b> Как высвободить время для стратегических задач .....	34
<b>Глава 5.</b> Оппортунизм или стратегия .....	43
<b>Глава 6.</b> Первая стратегическая сессия: подготовка .....	50
<b>Глава 7.</b> Проблема отсутствующих или некачественных данных .....	60
<b>Глава 8.</b> Прообраз вашей стратегической сессии по модели «Золотого колеса» .....	69
<b>Глава 9.</b> Персоны. ....	77

<b>Глава 10.</b> Потребности клиента в мире «после COVID» . . . . .	86
<b>Глава 11.</b> Стратегическое управление клиентом . . . . .	95
<b>Глава 12.</b> B2I — риск или возможность . . . . .	117
<b>Глава 13.</b> Стратегическое управление развитием продукта . . . . .	122
<b>Глава 14.</b> Эволюция продукта . . . . .	132
<b>Глава 15.</b> Оценка актуальности ваших каналов продаж . . . . .	138
<b>Глава 16.</b> Экосистемы . . . . .	146
<b>Глава 17.</b> Проблема организационных структур . . . . .	153
<b>Глава 18.</b> От организационных структур к компетенциям . . . . .	161
<b>Глава 19.</b> Стратегическое развитие персонала . . . . .	168
<b>Глава 20.</b> Как придать движение «Золотому колесу» . . . . .	175
<b>Глава 21.</b> Ваше «Золотое колесо» . . . . .	181
<b>Заключение.</b> . . . . .	187