

ОГЛАВЛЕНИЕ

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

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