

Inhaltsverzeichnis

Vorwort: Jedes Projekt ist einzigartig – und doch nicht	5
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	9
Einleitung: Anwenderwissen dauerhaft verankern	11
1 Kluge Ideen alleine versetzen keine Berge.....	13
1.1 Aufbau und Einsatz des Buches.....	14
1.1.1 Wie Sie das Buch für Ihren täglichen Erfolg nutzen können	14
1.1.2 Wann Sie von diesem Buch profitieren können.....	15
1.1.3 Wie Sie mit unserem Buch arbeiten	18
1.2 Selbsttest: Umsetzer oder Visionär – Ihre Stärken einsetzen.....	26
2 Praxisfälle und Umsetzungswerkzeuge	31
2.1 Mitarbeiter in Veränderungssituationen motivieren.....	31
2.1.1 Praxisfall: Vorschnell aufgeben und zurück zu alten Mustern	31
2.1.2 Umsetzungswerkzeuge: Mobilisierung planen	38
2.2 Stärken im Team für die Lösung nutzen	51
2.2.1 Praxisfall: Rahmenbedingungen verändert und ohne „Plan B“ gestartet	51
2.2.2 Umsetzungswerkzeuge: Mitmachen ist aktiv	64
2.3 Prozesse festlegen und praxisorientiert implementieren.....	72
2.3.1 Praxisfall: Im Tagesgeschäft gestrandet	72
2.3.2 Umsetzungswerkzeuge: Teilergebnisse sind wichtig	83
2.4 Zusammenhänge verstehen und Veränderungen im Team kommunizieren.....	91
2.4.1 Praxisfall: An falschen Entscheidungen festhalten.....	91
2.4.2 Umsetzungswerkzeuge: Klare Inhalte transportieren	101

2.5 Interessengruppen im Projekt erkennen und erfolgreich sein.....	116
2.5.1 Praxisfall: Unter Druck geraten und Nerven zeigen	116
2.5.2 Umsetzungswerkzeuge: Informationen, die ankommen.....	126
2.6 Kundenorientierung definieren und ausprägen	139
2.6.1 Praxisfall: Die Marktdynamik fast unterschätzt.....	140
2.6.2 Umsetzungswerkzeuge: Blick für das Umfeld schärfen	148
2.7 Kundenbeziehung aufbauen und für den Geschäftserfolg nutzen.....	162
2.7.1 Praxisfall: Den Kunden falsch eingeschätzt	162
2.7.2 Umsetzungswerkzeuge: Klare Zuordnung in der Kundenbeziehung.....	172
3 Lösungswege: Sich konsequent auf den Weg machen.....	185
3.1 Mitarbeiter motivierend führen.....	186
3.2 Interne Prozesse gestalten	195
3.3 Externe und interne Interessengruppen managen	206
3.4 Kundenorientierung in den Mittelpunkt stellen.....	209
Literaturverzeichnis.....	223
Die Autorinnen.....	224

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1.1:	Übersicht über den Aufbau und die Inhalte im Buch	14
Abbildung 1.2:	Themenfelder der Praxisfälle	15
Abbildung 1.3:	Struktur der Praxiskapitel.....	19
Abbildung 2.1:	Unfreeze-Modell für die Begleitung in Veränderungen	65
Abbildung 2.2:	Bewusste und unbewusste Aspekte der Kommunikation.....	68
Abbildung 2.3:	Flussdiagramm.....	98
Abbildung 2.4:	Vier Seiten einer Nachricht.....	108
Abbildung 2.5:	Eisbergmodell.....	109
Abbildung 2.6:	Übersicht über wichtige Meinungsbildner im Projektteam	131
Abbildung 2.7:	Zeitplan für den Umgang mit Meinungsbildnern	132
Abbildung 2.8:	Übersicht über wichtige Meinungsbildner im Projektteam (Lösung).....	137
Abbildung 2.9:	Zeitplan für den Umgang mit Meinungsbildnern (Lösung)	139
Abbildung 2.10:	Kundenorientierung in Praxis und Theorie	156
Abbildung 2.11:	Kundenpyramide	173
Tabelle 1:	Rollen im Team.....	59
Tabelle 2:	Informationsfahrplan	128