

Inhalt

1	Operative Umsetzung strategischer Ziele	7
1.1	Drei Wege zum Erfolg	7
1.1.1	Differenzierungsstrategie	8
1.1.2	Kostenführerschaftsstrategie	9
1.1.3	Nischenstrategie	11
1.2	Strategieumsetzung mit der Balanced Scorecard	17
1.3	Strategiebaupläne (Strategy Maps)	21
1.4	Qualitätsplanungsinstrumente im Strategieprozess	30
2	Planungsinstrumente zur strategischen Differenzierung	35
2.1	Kunden verstehen: Das Modell von Kano	35
2.1.1	Basisforderungen definieren	36
2.1.2	Leistungsforderungen definieren	39
2.1.3	Begeisterungsforderungen definieren	42
2.2	Kundenanforderungen bewerten	45
2.2.1	Paarweiser Vergleich	48
2.2.2	Conjoint Measurement	51
2.3	Kundenanforderungen umsetzen	58
2.3.1	Quality Function Deployment	58
2.3.2	Produkt-FMEA	73

3	Planungsinstrumente zur Kostenführerschaft	86
3.1	Zielkosten definieren	86
3.2	Produktkosten planen	91
3.2.1	Baukastenkonzepte	93
3.2.2	Outsourcing/Insourcing	95
3.3	Prozesskosten planen	96
3.3.1	Prozesskostenmanagement	96
3.3.2	Statistische Prozesssteuerung	99
3.3.3	Prozess-FMEA	106
4	Checkliste Qualitätsplanung	109
	Literatur	112
	Anhang: Projekthandbuch	114
