
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung – Überzeugen Sie mit Stories	1
2	Darum sind Stories für Unternehmen wichtig	5
2.1	Mehr als ein Modewort	5
2.2	Der Kontext zählt	6
2.3	Austauschbarkeit nimmt zu	7
2.4	Werkzeug für eine komplexe Zeit	8
2.5	Wissen wirksam weitergeben	10
2.6	Zusammenfassung	13
3	Das ist eine Story	15
3.1	Definition für Unternehmen	15
3.2	Die Bestandteile einer Story	16
3.3	Die Funktion der Storyline	19
3.4	Zusammenfassung	20
4	Stories für Führungskräfte	21
4.1	Der MORE-Ansatz	21
4.2	Die Mission-Story	23
4.3	Die Offer-Story	26
4.4	Die Relevance-Story	30
4.5	Die Ethics-Story	32
4.6	Zusammenfassung	34
5	Stories entwickeln	35
5.1	Keine Angst vor Stories	35
5.2	Die Storykarte	36
5.3	Stories entwickeln	39

5.4	Den Erfolg messen	41
5.5	Zusammenfassung	42
Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können		43

On Story

So setzen Sie Strategien erfolgreich um
Rodiger, T.

2015, VIII, 43 S. 5 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-09881-0