

Inhaltsverzeichnis

Dieses Buch ist für Sie! 9

Die Business-Querdenk-Regeln auf einen Blick 12

Eines ist sicher: Mittelmaß gewinnt nie! 15

I. Different Thinking: Strategie 19

360°-Blick: Lassen Sie sich durch andere Branchen inspirieren 23

Tote Mitte: Verlassen Sie mittlere Marktsegmente – schnell 38

Leichtes Gepäck: Weg mit dem Speck 55

II. Different Thinking: Märkte 61

Out-of-the-Box: Schaffen Sie vollkommen neue Märkte 64

MaxiSize & MiniSize: Setzen Sie dem Erfolg keine geografischen Grenzen 84

Mix-it! Erobern Sie neue Märkte – mit Bindestrich-Innovationen 92

Quasi-Monopole: Werden Sie zum Champion und Monopolisten
in Ihrer Nische 101

III. Different Thinking: Produkte 111

Produkt-DNA: Stellen Sie bestehende Produktkonzepte infrage 113

Design Matters: Begreifen Sie Design als Wettbewerbsfaktor 127

Erlebnis Inside: Schaffen Sie Erlebnisse, erzeugen Sie Emotionen 142

Easy Inc.: Schaffen Sie mit Klarheit und Verzicht ein
unwiderstehliches Angebot 155

IV. Different Thinking: Preis 165

Preis-DNA: Stellen Sie etablierte Preismodelle infrage 170

Preispolarisierung: Gewinnen Sie, indem Sie Ihre Preise nach oben katapultieren
oder in den Keller schicken 180

- Pricing-In-Between: Positionieren Sie sich clever in der Mitte 190
- Rockefeller-Prinzip: Verschenken Sie die Lampe und verkaufen Sie das Öl 198
- Personalized Price: Lassen Sie die Kunden den Preis bestimmen 202
- Free Price: Verschenken Sie Ihre Leistung an Kunden und
lassen Sie Dritte zahlen 210

Starten Sie durch 215

Quellenverzeichnis 217

Literatur 218

Bildnachweis 219

Stichwortverzeichnis 220