

Содержание

Предисловие.....	8
Введение	11
1. Четыре главных момента хорошего бизнеса	17
2. Социальные устремления и ценностная база.....	21
2.1. Видение целей	21
2.2. Сильная корпоративная культура	26
2.3. Культурное разнообразие	41
2.4. Социально-экологические вопросы	45
2.5. Наш вклад с точки зрения рынка	60
3. Дифференциация за счет контроля цепи создания ценностей.....	66
3.1. Создание успешной бизнес-модели.....	67
3.2. Уникальный ассортимент	78
3.3. Цепь поставок как залог низких цен	88
3.4. Эффективные розничные магазины.....	100
3.5. Коммуникация.....	106
3.6. Работать как <i>единая</i> компания	110
3.7. Задача оставаться на плаву	125
4. Лидерство на рынке и сбалансированный рыночный портфель.....	129
4.1. Рыночная стратегия.....	136
4.2. Европейская экспансия	139
4.3. США	143
4.4. Россия	147
4.5. Азиатско-Тихоокеанский регион.....	152
4.6. Местная компания или международный ретейлер?.....	157
4.7. Глобальная экспансия в розничной торговле	159
5. Заинтересованный владелец и долгосрочные перспективы	165
5.1. Финансы	174
6. Что делает генеральный директор	178
7. Может ли бизнес быть благородным делом?	188
Об авторе	199