

КРАТКОЕ
СОДЕРЖАНИЕ

ГЕРМАН САЙМОН

СКРЫТЫЕ ЧЕМПИОНЫ XXI ВЕКА



MYBOOK



Алёна Черных
Краткое содержание
«Скрытые чемпионы XXI века»
Серия «Краткое содержание»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40204563

Скрытые чемпионы XXI века:

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «Скрытые чемпионы XXI века». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Обычно исследователи эффективности бизнеса изучают крупные компании, имена которых у всех на слуху: Apple, Coca-Cola, Amazon. Они считаются самыми успешными корпорациями в мире, поэтому всех интересуют секреты их лидерства.

Но кроме широко известных компаний есть скрытые чемпионы – лидеры на своих рынках. Они не занимаются рекламой, поэтому обычные люди не слышат их названий и не знают об их успехе и влиятельности.

Автор книги Герман Симон предлагает поучиться у скрытых чемпионов. У этих компаний есть несколько особенностей, которые помогли им добиться стабильной и успешной работы.

Автор провел два исследования скрытых чемпионов с разницей в 20 лет: в 1990 и 2009 году. Сравнив результаты и проанализировав данные, он выявил принципы, которые послужили секретом успеха для этих компаний. На их основе Симон составил несколько уроков грамотного ведения бизнеса, которые помогут бизнесменам, предпринимателям, руководителям компаний и менеджерам.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги
«Скрытые чемпионы XXI века»**

Содержание

Введение	5
Кто такие скрытые чемпионы	7
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Скрытые чемпионы XXI века

Введение

Журналисты, исследователи и авторы книг по маркетингу обычно изучают крупные компании, имена которых у всех на слуху: Apple, Walmart, Coca-Cola, Amazon. Они считаются самыми успешными корпорациями в мире, поэтому всех интересуют секреты их лидерства.

Но кроме широко известных компаний есть скрытые чемпионы. Они тоже добились великолепных результатов: например, большая часть таких компаний занимает от 50% своего рынка. Они не уделяют внимания рекламе, поэтому обычные люди не слышат их названий и не знают об их успехе и влиятельности.

В результате изучения деятельности скрытых чемпионов оказалось, что у них есть общие признаки в сфере управления, стратегии развития и корпоративной культуре. Эти признаки, выработанные благодаря специфике их работы, принесли огромный успех и сделали их образцами для подражания. У таких компаний есть чему поучиться не только мало-

му и среднему, но и крупному бизнесу. Эта книга посвящена секретам успеха скрытых чемпионов.

Кто такие скрытые чемпионы

Перед тем как узнать определение скрытых чемпионов, рассмотрите несколько примеров. Компания Technogym – второй по величине поставщик спортивных тренажеров в мире. GEAG – китайский производитель зарядных устройств для четверти сотовых телефонов всего мира с объемом производства в миллион зарядок в день. ULVAC – японская компания, которая создает 96% мировых LCD-панелей.

Gerriets – не просто крупнейший, а единственный в мире поставщик театральных занавесов и оборудования. Его клиенты – театр Ла Скала в Милане, Опера Бастилии в Париже, Метрополитен-Опера в Нью-Йорке. Fidelio – производитель программного обеспечения для отелей, которым пользуются гостиницы всего мира.

Рядовой потребитель не знает этих названий. У скрытых чемпионов интересная история, огромные производства и лидерские позиции на мировом рынке, но они остаются незамеченными. Есть несколько причин этого явления. Самая распространенная и очевидная – такие корпорации работают для бизнес-сферы, а не для частных лиц. Они хорошо известны компаниям с соответствующей специализацией, а не обычным людям.

Такие компании сознательно остаются незамеченными.

Они не выпускают массовую рекламу и не стремятся к известности.

Генеральный директор производителя датчиков с более чем 4300 рабочими сказал мне: «Ни для кого не секрет, что скрытые чемпионы успешны благодаря тому, что они реализуют свои стратегии успеха с осторожностью». Такие комментарии типичны для глав и руководителей скрытых чемпионов, которые предпочитают оставаться в стороне от внимания общественности.

Скрытые чемпионы неизвестны только рядовым потребителям. На своем рынке у них есть громкое имя, прочная позиция и сильный бренд.

Скрытыми чемпионами считаются компании, которые подходят под три параметра:

1. Занимают лидирующую позицию в определенной сфере в своей стране или входят в топ-3 лидеров по всему миру.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.