

Rebecca Saunders

amazon.com

Der schnelle Weg groß zu werden

FinanzBuch Verlag München

Inhalt

Vorwort der Autorin	11
Einleitung	15
<p>Eines hat Jeff Bezos, Gründer und CEO von Amazon.com, auf jeden Fall bewiesen: Unternehmen im Netz können Reichtum bringen. Obwohl seine Firma noch keine positiven Bilanzen vorzuweisen hat, da alle Gelder in das Wachstum des Unternehmens gesteckt werden, sind seine zehn Geheimnisse eines erfolgreichen Internetunternehmens zum Bauplan für Unternehmer geworden, die es ihm gleich tun wollen, und für Manager in traditionellen Firmen, die im Internet ebenfalls einen neuen Absatzkanal sehen.</p>	
Eins: E-Commerce leben und atmen	41
<p>Bezos erkannte eine Gelegenheit, die von anderen, selbst wenn sie in der Buchindustrie arbeiten, verpasst wurde, weil er das Potential des Internet erkannte. Es gibt immer noch genügend Platz für neue Unternehmen, aber nur für Unternehmer, die bereit sind, ihre ursprüngliche Idee für ein Geschäftsmodell ad acta zu legen, wenn es in der wirklichen Welt nicht funktioniert, aber im Internet mit Fachwissen über E-Commerce zu verwirklichen wäre.</p>	

Zwei: Ein Team aus Unternehmern **65**

Bezos hat ein Team von talentierten Spezialisten um sich versammelt und einen Weg gefunden, diese in einer Zeit zu halten, in der solches Spezialwissen sich einer starken Nachfrage erfreut, nicht nur indem er ihnen buchstäblich ein Stück seines Traums überließ, sondern auch, indem er ihnen eine Möglichkeit gab, die wir alle gerne in unseren Jobs hätten: die Welt von Grund auf zu verändern.

Drei: Zielstrebigkeit **87**

Das Unternehmen Amazon.com hat sich seit seinem ersten Tag im Netz drastisch verändert, aber das Ziel ist dasselbe geblieben: der weltgrößte Supermarkt im Internet zu werden. Es gibt immer kleine Angelegenheiten, die zu Ablenkung führen, aber Bezos hat eine unerschütterliche Zielstrebigkeit, die es ihm erlaubt, Triage zu praktizieren, wenn es nötig sein sollte.

Vier: Zum Markennamen werden **105**

Vom Cybergeflüster über eine integrierte Vermarktungskampagne bis zur ständigen Qualitätskontrolle, damit hinter dem Image die entsprechende Leistung steht, hat Bezos einen Markennamen aufgebaut, der in- und außerhalb des Internets erkannt wird.

Fünf: Kunden werben und behalten durch hohe Leistung zu niedrigen Preisen **127**

Bezos weiß, wie einfach es für einen anderen Händler im Internet wäre, preiswerter zu sein, also hat er seinen Cybermarkt auf Dienstleistungen mit Mehrwert aufgebaut.

- Sechs: Unschlagbare Logistik entwickeln** / 143
 Die Dienstleistungskette, die bei Amazon.com für Kundentreue sorgt, benutzt nicht nur das Internet als Verkaufskanal, sondern schließt auch eine meisterhafte Beherrschung der Distributionskanäle ein, die eine schnelle und sichere Zulieferung garantiert.
- Sieben: Schlank bleiben** 157
 Alle Einzelhändler müssen mit rasiermesserbreiten Gewinnspannen auskommen – selbst die Einzelhändler im Netz. Um aber die wirtschaftlichen Pläne für sein Unternehmen umzusetzen, muss das Geld für Expansion verwendet werden – so wird Sparsamkeit zur Philosophie. Aber es hat Bezos auch einen Ruf als Exzentriker eingebracht.
- Acht: Vom Nutzen der Technik** 173
 Technologische Fortschritte können Ihnen in- und außerhalb des Internets einen Wettbewerbsvorteil verschaffen, aber selbst in Echtzeit ist die Lebensdauer einer technischen Neuerung nur kurz; folglich ist das richtige Nutzen der Technologie eine ständige Herausforderung. Im Internet ist die Erfüllung dieser Aufgabe schon allein für Ihr Überleben als virtuelles Geschäft unerlässlich.
- Neun: Innovation und kluge Anpassung** 191
 Ob es sich nun um Verbesserungen der publizierten Inhalte handelt, um Veränderungen der Prozessabwicklung oder um strategische Verlagerungen; solche Veränderungen sind wichtig, um Wettbewerber in ihre Schranken zu verweisen und Kundenerwartungen zu erfüllen.

Zehn: Mit den Besten wachsen **205**

Bezos hat Bündnisse, Partnerschaften und gezielte Übernahmen genutzt, um sein Unternehmen und seine Zukunftsmöglichkeiten gedeihen zu lassen.