

<<e企业家>>

图书基本信息

书名：<<e企业家>>

13位ISBN编号：9787203069676

10位ISBN编号：7203069672

出版时间：2010-11

出版时间：山西人民出版社

作者：（美）理查德·古森

页数：168

译者：冯杨

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

什么是“新虚拟市场”？

为什么它很重要？

很多事业有成的企业家都认为自己已经将网络融入了事业之中。

对他们来说，网络就是进入到一长串公务电子邮箱的入口，是联结着五花八门的广告网页的高速公路。

总之，网络就是一种让他们的营运更为便利的工具。

然而，这些企业家恐怕没有充分意识到网络正在改变，而正是这些新的改变将对商业运营的方方面面产生巨大的影响。

随着网络技术的不断演化。

网络已经具备了通过一种互动模型来进一步转变商业运营的潜力，而这种互动模型将增进创业活动并转变企业与顾客之间的关系。

新虚拟市场提供了一群来自世界各地的人，他们愿意互信、合作、沟通、想象，愿意与公司携手共创事业。

他们是有史以来最富于活力、分布范围最广的社群，这就是新虚拟市场之所以重要的原因。

内容概要

本书的结构反映了成功创业的流程，分别用五章来说明大众创业家驰骋纵横于新虚拟市场所需经历的五个步骤：采用创业观点、通过创新来把握商机、仔细分析机会的可行性、规划出一个有效的大众创业模型、执行严谨的融资和成长计划。

每章最后的人物描写和采访记录都与本书的主题相关，而不仅仅和特定的章节内容相关。

作者在书中会时常引用这些人物描写和采访记录，以补充作者对关键议题的分析。

不过，作者也完整地呈现了这些意见领袖或公司创办人的采访内容，以便提供某些议题的独立观点或见解供大家参考。

作者简介

理查德·古森，作为高科技公司的战略顾问，古森熟悉各式各样的Web 1.0和Web2.0公司的运作模式。在对这些公司进行长达二十多年的观察研究之后，古森完成了这部全球第一本纵览、分析并赋予Web2.0大众公司意义的著作，并创造合成了“大众创业家”(crowdpreneur)一词。他现在是M&A资本公司的CEO，西三一大学商学院创业和战略管理方面的兼职教授。

书籍目录

前言：什么是“新虚拟市场”？

为什么它很重要？

从Web1.0到Web2.0和维基 疯狂的大众与聪明的暴民 大众力量的演化 大众力量的种类 世代落差 e企业家：从华尔街到维基 Web2.0高峰会的十大流行语 Web2.0高峰会的十大金句 Web2.0大师提姆·欧莱利第一步 创业观点 Web2.0和新虚拟市场 Web2.0高峰会与创业家 创业流程 大众创业家的兴起 作为大众创业家在新虚拟市场上获胜 寒武纪工作室与大众创业法第二步 以创新把握契机 区分创意与机会 关于创新的经典见解 关于创新的当代见解 个人与用户导向的创新 以社交网络为创新平台 大众外包大师杰夫·豪第三步 机会的可行性分析 产品或服务的可行性分析 产业或市场的可行性分析 竞争者分析 运用大众力量的六条原则 NowPublic与“渐进式可行性分析” 提贝特、NowPublic和大众新闻业第四步 规划有效的大众力量商业模式 商业模式的重要性 有效商业模式的要件 网络广告和行销战略 大众商业模式的四要件 寒武纪工作室两年来的商业模式发展 弗鲁瓦格鞋业和“开源鞋”第五步 融资与壮大事业 过去的教训 融资的来源 大众公司的融资 大众公司的战略规划 公司成长的八大法则 采访西科斯基：寒武纪工作室及其大众外包之路结论：作为大众创业家在新虚拟市场上获胜

章节摘录

插图：3.明确设定产出。

创业者必须把战略落实成日常的运营活动。

在应变式规划中，产出的界定与商业模式有关。

麦格拉斯提出了应该明确产出的四个原因：第一，设定产出可以把远大的战略转变成特定的生产目标和团队成员的能力；第二，特定的产出为培养能力提供了目标，例如，从欠债的顾客中收回一定比例的欠款，要实现这个产出目标可能会涉及打电话的技巧、每个人打几通电话以及至少需要几个人来打电话；第三，执行这个步骤可以使规划者面对现实，暴露出其不切实际的错误，使规划者思考：这一事业真的可行吗？

尤其是，不论管理者如何预期，实际的销售人员都可以迅速判断出顾客是否会购买新产品和以什么样的价格购买；第四，产出和顾客的实际需求越是密切相关，竞争者就越不可能破坏那层关系。

4.检验假设：在传统规划中，人们检验结果。

而在应变式规划中，人们则需要不断地检验假设。

每一系列的假设都必须和产出、操作要求相符合。

在执行步骤的过程中，公司应持续地将假设和现实作对比，从而花较少的钱获得较多的实际知识。

5.里程碑式管理：麦格拉斯认为，管理过程中的每个里程碑是“及时验证主要假设的可识别的关键点”。

当然，在应变式规划过程中，这个原则涉及时常在节骨眼儿上检验假设，其核心概念在于：个人根据目前可得的信息尽量往前规划。

但要不时停下来重新评估假设，然后再设法到达下一个里程碑。

在整个过程中，个人不断地勾勒和重设可能出现的里程碑。

以制造流程而言，里程碑通常包括概念测试、模型开发、焦点群测试、原型、市场测试、试生产、全面生产。

编辑推荐

《e企业家:从Web1.0到Web2.0和维基》全球第一本将创业诀窍延伸到大众外包领域的开山之作，在互联网上，人人都可以有想法，人人都可以尝试，人人都可以创业！
寒武纪工作室CEO，迈克·西科斯基，当当网联合CEO，李国庆，央视《赢在中国》总编辑、价值中国网总编辑，胡泳，和讯网CEO，陈剑锋，博锐管理在线创始人，黄国辉，价值中国网CEO，林永青，全球创业学理论的顶尖权威，拉端·法罗尔，联袂推荐，用开放、共享、对等、集体协作来抓住互联网新时代的巨大商机。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>