第一图书网, tushu007.com

<<专业服务业>>

图书基本信息

书名：<<专业服务业>>

13位ISBN编号：9787300050447

10位ISBN编号：7300050441

出版时间：2004-5-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：李晓光,刘晓宇,A.南达,刘德元

页数：243

字数：227000

译者：李晓光,刘晓宇,刘德元

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

内容概要

本书是一本有关专业服务的案例集，内容涉及一般战略咨询、电子商务咨询、客户关系管理、金融服务和招聘服务等，其中对咨询业中的一个新兴领域——电子商务咨询作了重点介绍。

电子商务咨询是近年来咨询业中发展最为迅猛的一个分支，它是指咨询公司帮助企业构想和启动电子商务模型，并将之与企业现有业务整合的一种服务。
本书通过AGENCY.COM等两家公司的典型实例，向我们展示了新创电子商务咨询公司创立和成长的全过程，探讨了公司创始人或合伙人的个性与创业背景对公司成长的影响。

接下来的两个案例则考察了20世纪90年代全球金融业的并购浪潮对金融服务企业的影响。
通过投资银行H&Q及零售巨头添惠公司与投资银行摩根斯坦利合并后的公司MSDW的两个案例探讨了并购带来的诸多问题：合并后的企业能否继续保持合并前企业的独特文化和优势，能否有效地整合原有的销售队伍，能否在市场细分、组织定位、运营、品牌化等方面取得新进展。

最后三个案例分别与客户关系管理、战略咨询和猎头服务有关。
PRG公司案例介绍的是两位作家利用其独特的客户关系管理观点进行成功的咨询实践的过程；贝恩公司的案例告诉我们，老牌战略咨询公司在内外部环境发生变化时应适时调整其治理结构和管理方式；最后一个案例则介绍了全球猎头业的发展状况，并剖析了RRA这家猎头公司的发展战略。

书籍目录

电子咨询AGENCY.COM（A）：启动中间服务业务AGENCY.COM（B）：管理快速成长Eggrock Partners，LLC（A）Eggrock Partners，LLC（B）摩根斯坦利添惠公司的个人客户服务哈姆布雷克特-奎斯特公司佩珀斯-罗杰斯公司汤姆·蒂尔尼在贝恩公司（A）汤姆·蒂尔尼在贝恩公司（B）汤姆·蒂尔尼在贝恩公司（C）RRA公司在1999年

章节摘录

因特网给顾客提供了有关服务公司更多和更有价值的信息。
资询业一直被认为是非常无效的市场，因为顾客只能获得有限的咨询公司的信息。
得到的信息不能被标准化，很大程度上是因为咨询师的产出是无形的和个性化了的。
之所以信息不对称是由于多数咨询公司把与顾客的关系作为机密的，至少是隐秘的信息——这限制了与原有顾客的接触以及对为顾客所提供的产品的了解，而这些产品也许是咨询公司未来绩效的最好指示器。
所有这些因素使得在咨询公司之间的比较非常困难。
因特网允许共享更多的信息，减少了信息不对称。
从未来看咨询公司的客户可以加入因特网在线群体讨论小组并对服务和费用等进行比较。
或者，中介公司能够制定一致的标准来评估公司和咨询师。
但因为因特网的随机无序特性，客户想在网上找到合格的中介公司非常困难。
并且这样做带来的好处，不足以抵消咨询业本身的必然阻力。
当顾客从接受信息中获得好处时，他们也面临着信息分享所带来的风险。
因为机密的或令人困窘的资料、意见或结果等都公开了。
莫达斯看到了巨大的商机，即利用系统集成业务作为向现有顾客群体提供管理咨询实践的平台。
莫达斯通过介绍“每件事情都如何建立在服务提供基础上”来阐述他的观点(见资料4)。
他相信公司一旦通过提供高质量的解决方案获得了尊敬，就能更能够影响顾客。
曼瓦尼同意奠达斯所说的管理咨询是核心业务的逻辑延伸的观点，但在技术、提供服务以及墓础结构方面他有自己的“行动清单”。
在寻求支持模型或咨询模型之前，他想首先要有一个确保公司长期发展的坚实的基础结构。
他不想把发展公司业务限定在未来几年的成功上。
他希望评价成功的标准是多角度的，如数量增长和员工的成长等。
猎头公司作为专业服务公司，其首要任务是帮助公司寻找和招聘高级经理。
猎头业可以追溯到管理咨询业。
事实上，许多最大的猎头公司是麦肯锡和Booz Allen & Hamilton 等管理咨询公司的后裔。
因为咨询公司经常把管理层的改变和增加作为建议的一部分，猎头活动自然成为咨询活动的延续。
在20世纪四五十年代，许多大的管理咨询公司和财务公司在内部设立了招聘事业部。
然而由于利益冲突意识增强，60年代末，许多咨询公司都退出了猎头业。
到90年代末期，全球猎头业内的细分已经十分清晰，具有了根本不同的经济特征(见资料1)。
高级猎头通常是指年薪在20万美元以上的职位；中级猎头是指年薪在7．5万美元到20万美元之间的职位。
第二个重要区别是合同猎头公司和非合同猎头公司。
非合同猎头是指猎头活动成功结束后付费；而合同猎头公司通常采取分期付款方式，通常预先支付猎头职位年薪的]／3的费用。
最大咨询公司的盈亏平衡点是在每位咨询人员的年收入达到75万美元。
事实上，所有高级猎头都是由合同猎头公司做的。
全球合同猎头的市场容量估计在70亿美元～100亿美元之间，在过去五年里，年增长率接近20%。
非合同猎头的市场容量与合同猎头的市场容量基本相同。
主要猎头公司很少在非合同猎头市场上提供服务，非合同猎头市场中的每位咨询人员获得的收入相对要少些，收入来源波动也较大。
全球猎头收入的大约一半来自全球最大的猎头市场美国，在猎头公司的使用频率上美国是全球第二大猎头市场欧洲的四倍多。
要得到猎头公司招聘人员的公司找到了多少人选的确切数字很困难，最近全国组织的调查报告显示13%～20%的公司“频繁”使用猎头公司。
并且由于经理更关注自己的职业、公司忠诚度的降低，持续的全球化和人才匮乏等，全球猎头业的收

入估计会增加。
　　由于公司的平等文化和私有结构，股东都是公司积极成员，许多需要投入大量资金的决策需要得到合伙人的赞成。
布朗认识到：“设立办事处的钱来自海位合伙人的腰包，相反，风险投资谁都没掏一分钱。
”他认为这种在有些问题上取得合伙人某种程度上同意的制度，能使RRA保持长远眼光。
“我们不首先进人某个具体市场。
在这方面我们赞成美国西部理论。
第一个进入者不一定是最成功的”。
布朗的实用主义理念使他认识到合伙人不愿意资助办事处太长时间。
　　评价新办事处机会时使用一些标准。
需要已有的多国公司顾客在候选国家有实体，尽管终的目标是服务于当地。
资料7是1998年来自当地公司和当地多国公司的新的混合业务的信息。
因此，设立办事处的国家要有相当的经济稳定性、自由、增长潜力和工业基础。
布朗强调：“本地顾客使用我们的全球数据库，并允许我们与不同办事处的同事一起工作，这是最令人高兴的了。
”基本的原则是办事处必须在开业五年内取得每年500万美元的收入。
现实意味着RRA不允许有放松的先站住脚的战略，临界量及其前景从第一天起就变得很重要了。
临界量是指在有效规模下运营的最小必要量，对RRA而言就是有5个招聘者集中于一两个专业领域。
通常进入某个国家首先要集中在某一特定领域。
过去是指金融服务，但最近随着业务领域的拓展，最初顾客可以是任何行业。
作为程序，进入某个国家的倡导者必须向合伙人解释为什么支持该计划。
　　……

媒体关注与评论

译者序　　本书是有关专业服务方面的案例集，涉及了一般战略咨询、电子商务咨询、客户关系管理、金融服务和招聘服务等。

电子咨询案例回顾了电子商务的历史、发展，以及面临的问题。
指出了“电子咨询只是完整图画的一部分，在改变服务的买卖，提供方面，在调整顾客、公司、雇员之间的关系方面，在加速产业全球化方面，因特网都提供了令人激动的可能性”。

作为电子咨询的典型实例，首批在硅谷创立的网络公司A—GENCY.COM，向我们展示了新创电子商务咨询公司创立发展的全过程，其共同创始人苏灿和香农的个性与创业背景，以及在战略、组织和管理上面临的挑战。
Eggrock公司的案例介绍了在专业服务公司选择什么样的成长方式时，公司合伙人之间有着各自不同的看法。
三个合伙人在公司应该从事什么业务方面需要达成共识。

20世纪90年代全球金融业的并购浪潮促使银行业竞争加剧。
规模不同、服务对象不同、产品不同的银行都在考虑如何重新构筑竞争优势的问题。
是保持原有的独立还是加入并购浪潮中，怎样权衡利弊，是当事方考虑的现实问题。
投资银行H&Q拥有“创业的、团队导向的、非官僚和变革导向”的独特文化，以及由此带来的“吸引高素质员工、在成长型公司的目标群体中赢得订单和维持低成本的能力”，存在着如果被收购，能否继续保持独特文化及优势的问题。
MSDW是零售巨头添惠公司（DW）和投资银行摩根斯坦利（MS）合并后的公司，它面临着“市场细分、PCS和DW销售队伍的整合、组织定位、招聘，报酬和培训、运营与技术、晶牌化”等问题。
两个案例就这些问题做了详细分析。

PRG公司的案例介绍了两位成功的作家佩珀斯和罗杰斯依据其独特的顾客关系管理观点进行了成功的咨询实践，使其成长为拥有160人的出版、咨询和网络技术推销公司的过程。
公司未来发展的重点是在战略还是在实施方面，案例就此进行了比较分析。

老牌战略咨询公司——贝思公司，其治理结构和管理方式已经不适应内外部环境的要求。
案例（A）、（B）、（C）连续介绍了贝恩公司的全球总裁在职位交接、公司治理结构和管理方式变革等方面进行的思考和行动。
专业招聘公司RRA的案例是最后一个案例，介绍了全球“猎头”业的发展现状，分析了RRA公司的发展战略。

人们常说“变化比计划快”，当今世界就是这样的环境。
案例中提到的公司在以后的时间里无一例外都有或大或小的改变，如股价狂跌或公司被收购等。
案例取自专业服务发达和成熟的美国，虽然是个案分析，但每个案例都具有相当的典型性，对于我国相关产业企业的发展有借鉴作用。

本书案例2、7由李晓光翻译，案例1、3、6由刘德元翻译，案例4、5、8由刘晓宇翻译。
全书由李晓光校阅总纂。
由于译者水平有限，书中难免有疏漏错误，敬请读者不吝指正。

李晓光　　2003年6月

编辑推荐

电子商务咨询是近年来咨询业中发展最为迅猛的一个分支，它是指咨询公司帮助企业构想和启动电子商务模型，并将之与企业现有业务整合的一种服务。
本书通过AGENCY.COM等两家公司的典型实例，向我们展示了新创电子商务咨询公司创立和成长的全过程，探讨了公司创始人或合伙人的个性与创业背景对公司成长的影响。

第一图书网, tushu007.com

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