

<<高收益企业>>

图书基本信息

## <<高收益企业>>

### 内容概要

《高收益企业》主要内容简介：对你的公司做出判断时，什么是首要的衡量标准？它们能和你进行决策时的取舍相吻合吗？

- 、你手中报表上的数字有意义吗？
- 是什么价值优势在带动这些数字？
- 、你的成本是否得到了适当地排列？

等。

## <<高收益企业>>

### 作者简介

安妮·玛丽·芬克，在摩根大通资产和财富管理公司任职12年，是公司评估和代表股东进行投资的专业人士，并以能看透目标公司是否根基坚实，能否长期盈利而为人称道。在和迪士尼、联邦快递和谷歌等大公司的合作中，她经常与众多CEO、CFO以及部门主管会面，并经常提出尖锐的问题来测试对方是否是能取得长期业绩的盈利高手。她对娱乐业、传媒、互联网、航空、铁路、家具、汽车供应商和人力资源服务等行业都有相当透彻的了解。

## &lt;&lt;高收益企业&gt;&gt;

## 书籍目录

引言高收益企业的管理法用投资者的思维建立企业优势在未来的12-24个月里，有哪3-5个因素会决定你公司的业绩？你所占市场份额的趋势是什么？市场对你最新引入的产品有什么反应？什么是你的价值优势？你有没有思考过你的优势可以持续多久？掩盖坏消息只会使问题越积越多你的员工会告诉你他们遇到的问题和障碍吗？对你的公司做出判断时，什么是首要的衡量标准？它们能和你进行决策时的取舍相吻合吗？你手中报表上的数字有意义吗？是什么价值优势在带动这些数字？你的成本是否得到了适当地排列？避开无利润增长的陷阱你是否创造性地思考过如何才能在降低你的资金投入的同时，保持甚至提升你的运营水平？在哪些地方你可以进行标准化，以便提高资本的效率？你有没有把高利润和高回报混为一谈？你的业务中是否存在减少利润但是增加回报的机会？客户至上并不是个好主意你的客户比你对公司的运营更了解吗？他们比你更能预测出未来的趋势吗？他们是不是曾经说想要某样东西，但是他们的消费行为却显示他们想要的是别的东西？让你的客户在短期内不满会给你带来长期的收益吗？利用你对他们需求的了解来为他们的需求排序，以此作为决定该如何服务客户的指南。

小风险获取大回报你愿意冒险吗？你有没有分配出预算和时间来让你占据新的主动权？你有没有因为快速回报项目不像长期项目那样有预计的高回报而把快速回报项目当成次要项目呢？你是否思考过与战略合作伙伴和你的员工分享利润？你愿不愿意放弃你的部分收益来最大程度地化解你在今后遇到的逆境呢？别和经济规律较劲你处于业内周期的哪个阶段？你在整个宏观经济中又处于什么位置？你有没有为围绕你产品回报的竞争必然产生的侵蚀性影响做好准备？你对你的产品系列是否有一个整体规划或者时间表？你有没有每个月至少有一次花时间思考过经济对你的业务造成的影响？用高效能的环境创造高效的员工公司里有没有一种鼓励员工寻找机会，而又不会让别人摆出防守姿态的开放氛围？你有没有为员工设置一个盈利之外的共同理想？你有没有对那些向着典型努力的员工做些“软”性奖励？比如认可的机会或者晋升的机会？有时低效和重复是必需的结果的不可预测性有多强？你的成功中涉及的创造力和意外因素越多，你就越应该鼓励业务中出现低效和重复。

对你业务的成功来说，协作有多重要？所需的跨部门合作越多，你的商业模式的标准化和高效化的程度就越低。

提前预测你的未来盈利点你在那些会影响你业务的长期趋势上投入了多少时间？你有没有每个月都留出一些时间来思考在今后5-10年里对你公司达成影响的力量是什么？你是否牢记要让业务进入附加值更高、盈利性更强的领域，并为此不断努力？你是否鼓励员工去想办法满足关键趋势造成的挑战？保持渐进式的变革你如何将大变革分成很多小部分？虽然缺乏变革是很危险的，但是变革过大也同样危险。

用“试水”战术来降低你的风险。

你确定自己知道在下一波趋势来临之前，各种趋势是如何产生影响以及将持续多久吗？你有足够的资源帮助自己在正在进行的变革中成功吗？以退为进，以收缩换增长造成你运营困难的变革是源自长期趋势还是周期性事件？出现问题时，你的竞争对于是什么反应？你有没有重新检查过自己在哪些地方可以做调整、收紧的工作？结语打造真正的高收益企业

## <<高收益企业>>

### 章节摘录

克斯公司在制作自己第一部动画长片时也给人制作广告挣点经费。  
基因技术公司治疗囊肿性纤维化的药品不能在市场上呼风唤雨，但是能让公司保持进取的势头。  
(但当你搞副业的时候你得好好判断一下这些副业是否会让你不能首尾兼顾。

) 7.其他业务。

你有没有什么资产消耗的成本相对较少，却能让你得到现金或者其他你需要的东西的业务？

哥伦比亚广播公司用促销推广作为交换，得到了赞助其高清项目的资金。

并不是说大家都要像传媒公司一样用促销推广的机会来交换。

比如星巴克就曾在店内对一些电影做过宣传，这种宣传成本低廉却能让星巴克能够分享一部分来自电影的利润。

8.客户和供应商。

客户付款的时间和你向供应商付款的时间对你有多少可利用的资本来资助你的业务有着至关重要的影响。

你会鼓励客户至少部分地提前付清吗？

你能延后你向供应商付款的时间而不对双方的关系产生不利影响吗？

在利用他人资金的时候，不要滥用你手中的特权。

是合作关系让你有机会利用这笔钱，所以你必须负责任地对待这段关系，千万不要利用这个机会去“掏别人的口袋”。

普洛斯当时的确十分想用合作关系处理掉自己名下所有表现不佳的仓库，同时把自己最佳的资产留住让自己独立使用。

但是随着时间的推移，合作伙伴会发现这一点而撤资。

即便在最好的条件下，合作伙伴有时候也会不愿意分享利润。

不要让这个风险成为你前路上的障碍，但是一定要好好用心地公平对待你的合作伙伴。

.....

## <<高收益企业>>

### 编辑推荐

《高收益企业》： 摩根大通高管 亲自传授的盈利秘诀 助你破解企业经营困局 用投资者的思维 让你的公司成为永远克敌制胜的高收益企业 来自微软 IBM 谷歌 惠普 迪士尼 索尼 沃尔玛等知名企业的盈利智慧 你在行业中处于价值链的哪个位置？ 你所在的价值链中什么位置存在最大回报？ 有哪些外部因素在影响你公司的盈利能力？ 这些因素有多重要？ 你有没有把高利润和高回报混为一谈？ 你的业务中是否存在利润减少但是回报增加的机会？ 你愿意冒险吗？ 你有没有分配出预算和时间来让自己占据新的主动权？ 你的员工快乐吗？ 你有没有花时间和精力想想有什么办法可以提高 他们的绩效表现和整个公司的整体业绩？

<<高收益企业>>

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>