

<<向顶尖CEO学战略>>

图书基本信息

书名：<<向顶尖CEO学战略>>

13位ISBN编号：9787302176992

10位ISBN编号：730217699X

出版时间：2008-7

出版时间：清华大学出版社

作者：商业周刊

译者：史锐

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>

## <<向顶尖CEO学战略>>

### 内容概要

布莱恩·罗伯茨 - 康卡斯特能否崛起  
杰夫·贝佐斯 - 改造亚马逊公司  
约翰·钱伯斯 - 思科公司的复兴  
迈克·戴尔 - 戴尔公司发展背后的秘密  
迈克·埃斯丘 - UPS和大布朗的新策略  
爱德华·詹德 - 摩托罗拉公司的改组  
山姆·帕米萨诺 - IBM与全新的蓝色巨人  
尹钟龙 - 三星之道  
阿瑟·小苏兹贝格 - 纽约时报及其发展前景  
托马斯J.厄舍 - 带领美国钢铁公司走出困境  
艾伦·穆拉利 - 实现福特公司腾飞的计划  
布赖恩·弗朗斯 - 美国汽车竞赛协会的传奇人物  
爱德华·米其林 - 带领米其林公司走向新的辉煌  
肯·陈纳德 - 变革！  
美国运通公司

## &lt;&lt;向顶尖CEO学战略&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 布莱恩·罗伯茨：康卡斯特能否崛起 1合并两种强大的文化 3最难对付的谈判高手 3寻找大众 4小步骤通向大变革 6值得信赖的顾问 8对财务的关注 9设定更高的标准 11战略聘用 12第2章 杰夫·贝佐斯：改造亚马逊公司 19零售企业的紧要关头 21战略即为技术 21自我强化的循环 22创意花 23突破零售业的限制 24既是零售商，也是购物中心的所有者 25戴尔事件 27挑战带来机遇 29关于平台 29第3章 约翰·钱伯斯：思科公司的复兴 33面对现实 35时光飞逝 35重新建立基础 36精确定长目标 38客户常常货比三家 39纪律和热情 40确立严格控制的管理方式 42战略性地监控企业文化 45第4章 迈克·戴尔：戴尔公司发展背后的秘密 49聆听回馈信息 51现状永远需要改进 52没有任何借口 52有明星 54“技能单一的马驹” 56交叉火力 60从低端做起 62第5章 迈克·埃斯丘：UPS和大布朗的新策略 65获胜之路 67再次改造 67评估、研发和执行 68物流可以带来收入和合作伙伴 69成为客户必不可少的合作伙伴 70不要忽视核心业务——文化是关键 71第6章 爱德华·詹德：摩托罗拉公司的改组 75紧迫感 77无缝移动通讯 78提出新理念 79执行，执行，再执行 81第7章 山姆·帕米萨诺：与全新的蓝色巨人 85大胆的行动 87回到未来 88遵循市场需求 89行动快速 91各个层次上的领导力和协作 92表现出自己的严谨性 93以身作则 94多快好省 96第8章 尹钟龙：三星之道 99产品走向国际化 102做好准备 104加速并且优化 105全球优势 107粗暴的爱 108战略性地使用合作伙伴关系 110高端设计、低利润手机的战略 111关注市场的变动 112持续再创新 113重视溢价 113重视个性 115第9章 瑟·小苏兹贝格：纽约时报及其发展前景 117重获信任 119全新的经营模式 120高质量的回报 121改革滋生的丑闻 123关注内部事务 124根据客户需求，保持创新性 125政治因素带来的挑战 127广告收入何时开始下降 128大胆的定价 129走向国际化？保持本土特色？

131数字战略 132第10章 托马斯·J. 厄舍：带领美国钢铁公司走出困境 137面对过时的经营模式 137钢铁公司泛滥 139企业联合是关键 140变革带来挑战 141救治难题 142结构与流程 144为自己和竞争对手造双赢局面 146扭转局势 147第11章 艾伦·穆拉利：实现福特公司腾飞的计划 151重新打造行业巨人 153改变公司上下对外来者的偏见 154采用简单方案解决复杂问题 156在瞬息万变的市场中提高自信心 157实现财务目标与战略目标之间的平衡 158富有创见的发展方向 160确保产品符合市场需求 162第12章 布赖恩·弗朗斯：美国汽车竞赛协会的传奇人物 165传统 167各方面都要超越指定目标 167走出舒适区 169增强吸引力 170拓宽竞争领域 171调整内容 172进入最大的市场 173各地的赞助商 175不要心特点 176第13章 爱德华·米其林：带领米其林公司走向新的辉煌 179基本价值 181来自米其林的更多闪光点 181在价格敏感度较高的市场上关注质量 182建立与消费者之间的信任 183关注最有价值的客户 184利用竞争对手的失策 185利用优质服务保持领先地位 186最新资料 187第14章 肯·陈纳德：革！

美国运通公司 189把握当下 191积分回馈计划 191抓住机遇 192客户越多，收益越大 193瞄准高端客户 196不要降低品牌声誉 197赢得批评者的信任 199认真挑选合作伙伴 201刺激投资 202在本土运用国际经验 204趋势 商界预言家普拉哈拉德正在改变CEO们的思维方式 209适合城市需求的创新 211深化认识 213更健康的医疗事业 216作者简介 219

## &lt;&lt;向顶尖CEO学战略&gt;&gt;

## 章节摘录

前言 通过与像您这样严谨的企业家进行交谈，我们了解到目前非常需要准确可靠的、毫无偏见的报道、信息和见解。

这就是《商业周刊》之所以闻名的原因，也是我们一直不懈追求的目标。

“《商业周刊》案例精析系列丛书”进一步拓展了这种理念。

通过与麦格劳-希尔专业出版社的紧密协作，我们已经调研了全球最优秀的经理人、战略家和营销专家，努力分析出如何利用这些业内人士的最佳实践和最优理念。

书中各章均出自《商业周刊》的案例研究，并附有相对应的教案，详细阐述案例研究中的重要知识点，例如，“强力行动（一种可以帮助你适应所处环境的实用策略）”和“新起点”战略可以帮助你关注成功的方面，并将最佳实践付诸于行动。

此外，商业周刊网站提供了可下载的案例演示和其他在线工具，可以帮助你与同事或团队成员共享这些知识，或者集体讨论得出新的理念和战略。

杰夫·贝佐斯（Jeff Bezos）把互联网零售企业亚马逊公司发展成为全球性电子商务的平台，这种战略主要利用了行业领先的网络工具与技术。

约翰·钱伯斯（John Chambers）通过废除过去的牛仔文化，从根本上改变了思科公司。

关于迈克尔·戴尔（Michael Dell）如何经营企业的新见解应该可以引起众多CEO们的重视，因为他们是戴尔拓展业务的目标。

在IBM公司，山姆·帕米萨诺（Sam Palmisano）的战略是将该公司从一家技术服务型企业转变为其他企业的“造型师”，这样做将改变众多企业的构造和管理方式。

三星公司的逆向（但很成功的）经营模式倾向于硬件和配件，很少关注软件领域。

UPS公司正在努力把自身打造成为所有行业的物流服务商。

联合战略使得美国钢铁制造商具备了参与全球竞争的实力，美国钢铁公司的托马斯·J.厄舍推动了美国钢铁行业的复兴之路。

米其林公司的变革是由爱德华·米其林（Edouard Michelin）完成的，他在2006年5月去世之前对这家传统型企业进行了改组。

《纽约时报》的出版商阿瑟·小苏兹贝格（Arthur Sulzberger Jr.）具有宏伟的经营战略，可以应对利润递减、丑闻余波及变幻莫测的传媒圈等问题。

在法国的一家家族式企业中，父亲比尔（Bill）、儿子布莱恩（Brian）和女儿莱萨（Lesa）经营着全国运动汽车竞赛协会（NASCAR）的赛车连锁销售业务，越来越多的人士开始抱怨该企业对此项运动的垄断。

美国运通公司肯·陈纳德（Ken Chenault）在一项反托拉斯判决的支持下，采取更加大胆的经营战略，应对Visa卡和万事达卡。

我们在阅读时应该注意到：这些案例研究都来自最新的《商业周刊》报道，所以它们都是“时间快照”。

“我们尽最大努力提供真实的最新消息，但是由于新闻报道自身的特点，案例中的某些人物和形势早在文章撰写之初就发生了变化。

”不过，我们确信，所有案例中的最佳实践都能经受住时间的检验，并将为读者提供非常有价值的知识和经验教训。

这些来自顶尖企业和高层经理人的经验教训帮助你建立起自身的战略强力行动基础，你可以把这些理念运用到“新起点”战略中。

## <<向顶尖CEO学战略>>

### 编辑推荐

战略乃取胜之道。

究竟什么是战略？

什么是企业战略？

商业史学家小钱德勒给出了定义：“确立企业的根本长期目标并为实现目标而采取必需的行动序列和资源配置”。

《向顶尖CEO学战略》通过展现世界顶级企业的顶级战略家的最佳实践和最优理念，帮助读者开拓思维，培养最适用的战略管理技巧、商战能力和战略决策力。

<<向顶尖CEO学战略>>

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>