

<<速赢>>

图书基本信息

书名：<<速赢>>

13位ISBN编号：9787504471772

10位ISBN编号：7504471771

出版时间：2011-5

出版时间：中国商业出版社

作者：俞凌雄

页数：284

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

《速赢：战略的拟定与实施》让我了解到作为中央级出版社的中国商业出版社是丰富商界及社会各界生活、出版各级各类商务教材的专业出版机构，依靠敏锐的视角和宽广的视野，致力于优秀教学资源的研发和生产，为高校学院提供一流的MBA、EMBA等教学支持服务。其强烈的使命感，使我对中国商业出版社产生了由衷的敬意。我为后来我们达成合作协议、成为战略合作伙伴而深感自豪。汇聚国际教育集团同样是一家具有高度使命感的企业。我们提供优质的教育培训产品，以培养杰出商界领袖为宗旨，致力于改善、管理以及目标实践。

作者简介

俞凌雄先生，华人顶尖总裁导师，被誉为“中国总裁实战培训第一人”，最受华人企业家培训大师之一，汇聚控股集团董事局主席，汇聚国际教育集团董事长，青海省慈善总会名誉会长，汇聚慈善基金创始人，浙商研究会高级荣誉顾问，数十家集团及上市公司高级顾问，畅销著作：《总裁实战管理》《小败局》，《19-39岁职场达人锻炼你的工作肌肉——俞凌雄工作方法》。

书籍目录

第一步 了解企业的战略目标第1章 企业的存在意义和优势1.1 企业的目标与存在的意义1.2 企业优势的概念：经济效益与社会效益1.3 打造优势的条件1.4 复杂的战略优势第2章 战略的本质和定义2.1 战略的概念与分析2.2 打造优势的蓝图2.3 平衡长期战略和短期战略第3章 目标战略的取舍与操作3.1 战略必须有所取舍3.2 决定优先顺序3.3 战略的实际可操作性3.4 战略计划与长期计划的区别

第二步 分析、发现和培植企业优势第4章 优势的层次概念4.1 企业竞争的层次4.2 企业优势的层次4.3 优势的第四层次第5章 行业分析与发现优势5.1 难以打造优势的行业5.2 可以打造优势的行业5.3 矩阵与战略启示第6章 行业进化和战略革新6.1 行业进化6.2 对行业进化的应对6.3 行业进化与战略革新第7章 确立优势战略领域7.1 行业的单位7.2 战场的定义和选择的公理7.3 战略细分7.4 相对视7.5 两种细分7.6 行业的扩展第8章 挖掘和保持成本优势8.1 单纯假想模型8.2 现实世界的因素

第三步 制定速赢战略方案第9章 立案准备与方案草拟9.1 战略课题的设定9.2 立案组织与成员的设定9.3 战略立案的基本过程9.4 方案的理解、分析与洞察第10章 立案的判断与思考10.1 重点选择的评价标准与战略框架10.2 特有战略框架的开发10.3 战略目标与整合资源能力10.4 代替方案制定的过程10.5 战略蓝图10.6 不确定性下的战略立案过程10.7 战略要点总结第11章 核心优势--锤炼核心技术11.1 不可失去你的组织11.2 制定组织的行动计划和守则11.3 客户要专门化11.4 真正的价值是“结果”11.5 关键在于提升核心技术11.6 危机中的自我反省与自我改造第12章 确立优势战略领域12.1 定义战略12.2 先分析自己的时间分配情况12.3 提高决策的生产性12.4 你的选择决定了资源如何分配12.5 转变企业战略的七大资源分配法第13章 挖掘和保持成本优势13.1 向机会集中竞争优势13.2 向客户需求集中竞争优势13.3 提高开发能力的方法

第四步 战略实施与速赢第14章 成为战略家的五个思考方法14.1 思考现状--问题的本质是什么14.2 思考目的--真正的战略目标是什么14.3 思考差距--能否描绘出成功的远景14.4 思考对策--无论晴天雨天都应对自如14.5 思考团队--战略无法靠一个人实施第15章 战略的成败取决于组织的力量15.1 战略推进十步法15.2 围绕三个主义构建组织15.3 资源分配的定量评价第16章 策略失败意味着战略失误16.1 所有销售都要咨询化16.2 销售组织的革新16.3 开发失败的五个原因16.4 人事变动带来企业变化16.5 战略成果体现在资产负债表中16.6 通过理解方针、责任解释和计数教育强化销售第17章 集小胜成大胜的战略实施法则17.1 不在策略上设置过多难题17.2 为作战成功做集中动员17.3 让小胜利习以为常

章节摘录

这两种情形，都需要公司管理层与董事会和公司员工达成一种新的共识。公司战略调整意味着某种程度的变革，而变革往往会触及现有的利益格局、旧有的思维习惯及行为方式。

在后一种情况下，公司领导人如不能获得董事会和公司内部的理解与支持，就有可能导致战略调整的失败，同时有被随时更换的风险。

在CEO更替、企业战略转型时，应特别注意公司战略的连续性和公司战略的平稳过渡，同时要评估企业文化对公司战略调整的适应性和可能产生的阻碍。

首要的工作是说服和引导，并配以具体的计划与措施。

战略调整的时间长短对变革的领导人也是非常重要的：调整时间过短可能带来较大的阻力，过长又可能使人们产生厌倦和失望情绪，两种情况对企业领导人同样都充满风险。

在以上三个共识中，管理层（有时是董事会）一般处于主导地位。

因为管理层往往是战略的发起者和战略方案制定者，他们对公司的经营状况和面临的问题最为熟悉，同时由于面临经营压力也更愿意制定一个科学合理的企业战略。

而管理层要在所有共识形成过程中发挥主导作用，就应主动出击，以实事求是和科学诚恳的态度（艺术化地）协调好各方关系（尤其是股东方、董事会等），使各方取得共识（在这个方面不能求同存异），促成战略稳步前进，为战略成功奠定坚实的基础。

其后，战略管理的进程就“顺理成章”了。

.....

编辑推荐

被誉为“中国总裁实战培训第一人”，作者曾指导过几百家公司，总经理、经营干部们无不对作者抱以热烈支持。

多条拟定战略的关键措施和成为战略家的思考方法，向您传授发挥企业真正优势的实战性手法。

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>