

<<转型>>

图书基本信息

书名：<<转型>>

13位ISBN编号：9787504474490

10位ISBN编号：7504474495

出版时间：2012-1

出版时间：中国商业出版社

作者：彼得·菲斯克

页数：282

译者：夏金彪

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>

## <<转型>>

### 内容概要

本书是全球探讨将可持续发展转化为企业创新和发展驱动力的首部著作，它把社会和环境问题与消费者、品牌和商业计划有机结合起来。

书中鼓舞人心的经典案例比比皆是，包括可口可乐和达能、玛莎和沃尔玛、阿迪达斯和耐克、巴塔哥尼亚和天百伦、宜家和Interface、新闻集团和时代华纳、苹果和诺基亚、谷歌和微软、亚马逊和易趣等面临的新挑战和成功的应对措施。

书中不乏企业领袖们的真知灼见和真诚告诫。

CEO和企业管理者如果正在谋求用全新的举措吸引员工参与经济转型，如果想要破解瞬息万变的商业版图，在可持续发展的同时实现赢利性增长。

书中还包含有可持续发展龙头咨询公司Clownfish的创办者兼CEO黛安娜·伍德·涅托（Diana Verde Nieto）以及世界自然基金会的企业顾问安东尼·克林修斯（Anthony Kleanthous）的大量独到见解。

## 作者简介

彼得·菲斯克不但是世界公认的商业战略学家、世界各国众多公司掌门人的高级顾问、鼓舞人心的商业演说家，还是一名商业企业家。

他与世界顶尖的大型公司合作多年，如英国航空公司、可口可乐、英国玛莎百货、微软、维珍等。

他曾经担任全球规模最大的专业营销机构——“特许营销协会”的CEO，全球战略营销咨询公司PA咨询集团的领导人，独立的品牌价值研究机构Brand Finance的常务董事，还是战略创新机构Foundation的合伙人。

菲斯克著有畅销书《营销天才》、《客户天才》和《商业天才》等“天才系列”作品。《商业战略评论》称他为“杰出的新商业思想家”。

## <<转型>>

### 书籍目录

#### 引言

#### 企业可持续发展宣言

#### 第一部分 重新思考企业

##### 1 超越利润的宗旨

让生活更美好

确立鼓舞人心的目标

把承诺变成现实

谷歌和微软：在数字世界确立宗旨

转型：企业宗旨的现状

##### 2 发展战略

寻找可持续发展的市场

通过做对社会产生积极影响的事来实现差异化

新商业社会的新型商业模式

苹果和诺基亚：在相互关爱的世界保持酷的派头

转型：企业战略现状

##### 3 鼓舞人心的领导艺术

新型商业社会的领导者

充当变革催化剂的领导者

对个人的意义

巴塔哥尼亚与天百伦：抵达新的高度

转型：企业领导者的现状

#### 第二部分 重建企业纽带

##### 4 良知消费者

让人们能够为善

新的消费者议题

细分良知消费者

可口可乐与达能：透视生活的另一面

转型：消费者的现状

##### 5 可持续创新

企业的全方位创新

社会创业家的创造潜力

亚马逊和易趣：通过创新重新定位市场

转型：企业创新的现状

##### 6 吸引消费者参与

用启蒙对话吸引消费者参与

建立网络，群策群力“美好”的客户体验

玛莎和沃尔玛：零售业的革命者

转型：企业参与的现状

#### 第三部分 释放企业能量

##### 7 可持续经营

齐心协力共同应对

可持续的采购、交通和生产

可持续能源与技术的力量

阿迪达斯和耐克：没有终点线

转型：企业经营的现状

<<转型>>

8 交付业绩

认证、标签和可持续性的影响  
把可持续性与企业效益挂钩  
管理企业业绩和声誉  
新闻集团与时代华纳：印刷品之外  
转型：企业业绩的现状

9 企业转型

促成可持续的变革  
陈述变革的理由  
管理变革的实施  
宜家 and Interface：美好生活  
转型：企业变革的现状

10 展望未来

领跑全新商业世界  
可持续创新与新的生活方式  
企业是积极变革的力量  
第四部分 资源  
可持续发展百科全书  
可持续发展蓝图  
可持续发展指南  
可持续发展项目体验

## 章节摘录

版权页：插图：衡量企业成功的标准是它所创造的经济价值。

企业未来的利润潜力如何（这个潜力体现为市场价值或者企业出售时的收购价），与所有人、投资人和领导者的利益关系最大。

其他一切都为这个目标服务。

短期收入和利润是近期业绩的指标，并且为企业未来的成功提供现金流。

吸引顾客、鼓励员工敬业是企业长期健康状况的指标，企业对社会和环境的影响也是其长期健康状况的指标。

思想家呼吁企业采用全新的标准衡量成功，不再追求经济效应，可是，改变资本主义的基本结构不是一蹴而就的事情。

在这个基本结构中创造更好的世界则更容易做到。

他们之所以担心短期主义，不择手段地追求金钱，主要是因为他们对企业如何才能有效地创造经济价值存在误解。

社会和环境问题正日益成为当今企业创造经济价值的最大动力。

也许这些问题在大公司的落实仍处于初期阶段，但是，它们将从根本上重塑未来。

它们可能对未来的收入流、成本结构和企业风险产生高于其他一切的重大影响。

当然，衡量可持续性举措的效果有不少现成的方法，比如三重底线（the triple bottom line），它把社会和环境业绩议程添加到资产损益表当中，用志愿的环境标准如ISO和GRI等与业绩进行比照。



<<转型>>

编辑推荐

《转型:新时代的企业经营之道与成功案例》编辑推荐:派力营销图书,揭秘世界500强公司应对新时代新挑战的经典案例,指引中国企业未来可持续发展之道;与《公司的力量》《理想丰满》《蓝海战略》《企业的智慧》《卓有成效的管理者》同类题材。  
揭秘可口可乐和达能、玛莎和沃尔玛、阿迪达斯和耐克、宜家和Interface、苹果和诺基亚、谷歌和微软、亚马逊和易趣等世界著名公司。  
应对新时代新挑战的经典案例,指引中国企业未来可持续发展之道。  
要么及早转型,实现可持续发展。  
要么固守旧模式,黯然退出竞争舞台。



<<转型>>

#### 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>