

<<关系经济学>>

图书基本信息

书名：<<关系经济学>>

13位ISBN编号：9787506035668

10位ISBN编号：7506035669

出版时间：2009

出版时间：东方出版社

作者：大卫·努尔(David Nour)

页数：190

译者：王震

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>

<<关系经济学>>

前言

经过长期的精心研究，我发现咨询活动实际上就是关系商务学（relationship business）。不仅仅是咨询活动，大多数商业活动皆是如此。

关系的类别多种多样，级别、范围、期限和价值各不相同。

很多时候，我们希望和那些不能说“是”但能说“不”的人在一起相处。

所以，他们最终会说什么？

“不！”

然而，战略商务关系的本质是双赢。

这并不是一个零和游戏（zero-sum game），也不是竞争，亦非水力系统。

它是要在搭建关系的过程中实现互惠，同时确保自己获得最大利益。

很多组织发展的动力在于构建优势，而不在于弥补劣势。

战略关系管理是一个被低估、未尽其用的优势力量，大多数公司可以立即开始构筑关系，而无须任何资金投入。

关系是有价值的。

如果你不相信，就请想一想是否曾有过业内同仁介绍业务到你门下而不收取任何费用的经历。

万一这个商机带给你5年的收益，而通过这个关系你又发展了新的类似的商务关系，情形又会如何？

如果你认为这是一笔长期投资，那就去问问久经沙场的悍将们，这些成功的商业人士会立刻向你解释清楚这其中的奥秘。

目前，在这家市值几百万美元的公司中，我90%的业务都是由此前四位联系人介绍的。

享受成功乐趣的大多数人都曾有过类似的经历。

我经商25年，已有十多年没打过推销电话。

<<关系经济学>>

内容概要

利用最有价值的商业人脉，走向生活和事业上的成功。

<<关系经济学>>

作者简介

大卫·努尔是社会网络战略学家，也是业务关系可计量价值概念领域中最重要思维领袖之一。作为BeOneNow的首席执行官，他为世界500强企业提供战略关系规划的咨询服务。他还是公司协会和学术论坛的国际演说家。曾在多家出版物中发表著作，包括《华尔街周报》、《纽约时报》和《亚特兰大宪章报》。

如果想了解更多关于大卫·努尔和《关系经济学》的相关信息，请登录www.relationshipeconomics.net

<<关系经济学>>

书籍目录

序言 商务关系的战略价值 导言 第一章 为什么大多数“关系网络”不奏效 关系网络不起作用的原因 我能从中得到什么好处(WIIFM) 第二章 关系的演变 衡量并利用公司的软资产 品牌资产 人力资本和全球人才竞争战 对Rolodex价值的错误理解 战略关系 重新定义投资回报 第三章 关系规划 战略规划的根本误区 战略关系规划 战略关系规划的八根支柱 为专业服务业公司制定战略关系规划 第四章 社会网络分析学 社会网络分析概述 社会网络分析在公司中的应用及产生的效果 社会网络分析适用的五个功能范围 第五章 以关系为中心的目标瞄准商务发展 品牌知名度和商务开发的根本区别 在他们成为客户之前 在他们成为客户之后 为什么很多会计师、律师、咨询师和工程师在战略关系开发方面屡屡受挫 专业资质认证的弊端 信誉资本的关键组成部分：资历和信任 以关系发展为中心的目标 第六章 领导力发展的关键联系人 目光短浅的领导力开发 采诸家之长并使其成为自身的战略资产 多样化的关系网络 关键联系人 关键联系人资源：轮轴和辐条 关键联系人关系投资矩阵 广度和深度相关性 关系光谱 必要的投资 第七章 战略执行的关系银行 数不尽的战略方程式 战略执行失败 根据关系的多样性和质量确定投资额度 第八章 利用关系货币进行适应性创新 交换关系货币 30-60-90天个人关系发展方案 创新比广告省钱 适应性创新 以关系为中心进行创新，打破现有价值链 利用关系网络资产使自己脱颖而出 第九章 将我和他转化成我们 掌控变革的关键人物的战略关系 变革管理中的战略资产：具有影响力的人物网络 从影响者到被影响者 通过并购实现变革 美国公司中缺乏真诚和立场 大型变革和并购的百天行动计划 第十章 社会网络专业平台(LinkedIn)效应 Web 2.0 通过反向导师计划获得关键人物的支持 跨越阻碍软件推广的传统障碍 社会网络技术的影响力回报 一流的社会网络专业平台：LinkedIn 使用LinkedIn推进关系货币路线图的发展 专业服务公司中的LinkedIn效应 LinkedIn对风险投资领域的影响 科学技术是一把双刃剑 最终总结致谢

<<关系经济学>>

章节摘录

第一章 为什么大多数“关系网络”不奏效 在科技飞速发展的今天，即便同事就在隔壁办公，我们也更倾向于使用电话同他进行沟通——更有甚者，互发电子邮件——没人愿意走到跟前进行面对面的交流。

我们在公司大厅和公司中的重要成员擦肩而过，历经数月通过电话会议、语音信箱和电子邮件交流关键项目，甚至在各种公司集会上看到他们后，你依然不清楚对方到底是谁。

你在跟谁发邮件？

你在向谁索要信息资源？

你销售产品的客户又是谁？

你在听取哪方的意见？

你在寻求谁的帮助？

尽管科学技术在多方面提升了工作效率和技能，但如果科学技术成为人类交流的根本手段，那么估计大部分人都不得不承认我们极大地丧失了集体归属感并且无法与人相处。

事态是否已经严重到需要下发禁令，譬如“星期五拒发电子邮件”，才能解决问题的程度呢？

1916年，实干派改革者、西弗吉尼亚乡村学校的州镇长海尼凡先生（L.J.Hanifan）将社会资本解释为“对大多数人的日常生活都十分重要的实际物质：即组成社会团体的个人和家庭成员之间的祝福、交情、同情和社会交往。

”

<<关系经济学>>

媒体关注与评论

如果我们根据一个人运营的公司来判断这个人，那么大卫·努尔的《关系经济学》无疑为大家提供了一个系统方法来提升这个判断的价值。

关系经济学的概念远不止于关系网络，而更关注构建持续的、多产的社会关系。

——西门子能源自动化公司总裁兼首席执行官 丹尼斯·萨德洛夫斯基 《关系经济学》要比关系网络宽泛得多——它是一个系统方法，帮你构建并培养社会关系，从而达到目标。

——苏格兰皇家银行公民金融集团市场营销部高级副总裁威廉·L·科莱萨尔 社会资本是成功的要素，《关系经济学》提供了一种提升这种要素价值的方法。

——乔治亚管理技术大学领导力及企业家学院主任 特里·C·勃鲁姆 《关系经济学》原则对于事业、文化和外交方面的成功都至关重要。

观察一下成功的企业家——你会发现，他们都成功地、长期地经营着自己的社会关系。

——乔治亚州经济发展部专员 肯·斯图尔特

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>