

<<IBM按需解决之道>>

图书基本信息

书名：<<IBM按需解决之道>>

13位ISBN编号：9787532740413

10位ISBN编号：7532740412

出版时间：2006-8

出版时间：上海译文出版社

作者：塞拉塞尔

页数：256

译者：毛忠明

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>

<<IBM按需解决之道>>

前言

我在想，为什么你会选择看这本书。

也许，像我一样，你开始感觉到客户和商家之间的关系正在发生重大的变化。

客户在市场中日益增强的主导地位正在促使商务关系发生新的根本性的变革。

例如，虚拟企业的发展，企业结盟形成的网络，供应商与客户之间形成的新的、复杂的、长期的合作伙伴关系。

如果你在自己的企业或行业中看到这一变化，并希望进一步了解有效利用这一变化所需做的工作，我相信这本书将会对你有所帮助。

本书为这个新的、不断变化着的世界洒下一缕阳光。

在这个世界中，一个企业与另一个企业的界线变得难以分辨；人们视为有价值的东西正从产品和服务向解决方案和经验转变。

一个大规模客户定制服务的时代，即一个把工业的经济意义和规模效益与预定的结果结合在一起的时代已经到来。

在这个世界中，我们IBM已经占据了主导地位，并且，我们深信，IBM的主导地位将在一个又一个市场中继续得到巩固和提高。

本书开辟了一个新的领域。

它阐述了在这条道路上发展的企业为转变它们及其客户所做的工作而应采取的策略。

或许，你会认为这种现象没有任何新意，只是供应商和客户之间劳动划分的一种变动。

或许，你会认为这与古代唯利是图的士兵，或者，与近代的会计、员工招聘、市场营销、客户交流、客户服务业务以及许多其他方面的工作变化无根本性的差异。

但是，我认为这股潮流的规模和经济意义是与众不同的，它不是一种简单的替代活动，而是一种经营模式的变革。

在企业经营中进行这样的跨越是艰难的。

许多人是通过痛苦的亲身经历才懂得这一点。

对供应商来说，这意味着不断变化的对员工的技能、技术、商业方式、财务管理和项目结构的要求，需要与在转变过程中管理崭新的经济的挑战相结合。

传统的管理方式不再适用，需要有新的管理方式促使变革加快进程并获得成功。

如果你正在思考进行这种变革，那么，这本书正是你所需要的。

这本书不是一帖药方，也不是一张菜单。

把它看成是一个向导或许更确切些——它引导你通向工作更有效率和效益，合作伙伴关系更为密切的征途。

我希望本书能启迪你的思想，鼓励你成为一名勇士。

如果你已踏上征途，我希望它能为你提供一些建议，使你的步伐更快，方向更明确。

最后，我希望本书将会使你更深刻地思考：为了向你的员工和合作伙伴提供一条更令人兴奋、更受欢迎的旅途线路，你应该做些什么。

祝你成功。

罗德·斯特里特 IBM商务咨询服务部

<<IBM按需解决之道>>

内容概要

本书向读者展现了IBM自身以及在其帮助下成功实现企业转型的客户的经历。IBM与遍布全球的客户合作的丰富经验，涵盖了他同各种不同行业合作的成功范例。通过这些文字，作者展示了企业是如何通过实施一系列的解决方案扩大销售、提高盈利能力的。

本书具有很强的可读性，作者塞拉塞尔和斯通在下列方面提出了他们原创性的见解：为什么企业需要提供解决方案以保持竞争力；为什么客户需要购买解决方案；从提供产品和服务发展到创造和传递解决方案，在这其间，企业要做哪些工作；如何从一些主要的解决方案提供商的经历中吸取经验教训；如何挖掘真正的客户价值；如何利用转型来开创市场新空间。

对于所有企业的领导人、销售和营销人员以及为提高企业经营效率而工作的人员来说，本书将是一部具有启迪作用的著作。

如果本书所说的正是您的企业所要做的工作，那么请您相信，这部重要的著作是您首选的阅读作品。

<<IBM按需解决之道>>

作者简介

马克·塞拉塞尔(Mark Cerasale), IBM商务咨询服务部高级顾问。他擅长于客户管理、电子商务和解决方案的变革,帮助客户通过创新、提高运作效率和顾客向心力来提高企业经营业绩。

多年来,塞拉塞尔一直负责IBM的客户关系管理工作,为世界上最成功的企业提供信息技术支撑的解决方案。

他与默林·斯通合作发表了多篇文章,撰写了多部论述管理的畅销书籍。他还参与美国多部白皮书的撰写工作。

<<IBM按需解决之道>>

书籍目录

前言1 企业经营战略与改革企业领导人面临日益增长的压力经营战略眼光企业设计小结2 食品零售业的变革英国的冷冻食品业英国的冷藏熟食品业结论全球化运动小结3 低成本经营模式变化的原因从产品价值到客户价值小结4 解决方案型经营模式从产品到服务从服务到解决方案通过解决方案实现客户价值小结5 信息技术产业的变革信息技术不再重要了吗?创新的本质信息技术产业的创新IBM探索解决方案的历程“ 按需应变 ” 世界中的信息技术小结6 产业变革快速变动中的消费品产业传媒和娱乐业航天和国防工业货运和物流产业小额金融服务业小结7 企业经营创新什么是创新?你能做到创新么?阻碍创新的常见因素是哪些?你公司的流程、 战略和组织结构如何支持创新出现推行解决方案机会的迹象有哪些?小结8 企业经营创新者我的背景我的工作结论9 解决方案的创造和传递解决方案的提供者能够做什么企业变革的需要传统的销售和流通方式新涌现的对解决方案的需求供应商推出解决方案制定和传递解决方案的过程制定和传递解决方案的人员小结10 客户关系经理销售解决方案职业的发展结论11 解决方案的营销从产品到客户价值服务能力和服务能力载体的重要性市场营销：低成本路线服务营销与解决方案的营销解决方案的营销小结12 行业营销经理角色市场计划关系营销IBM团队结论13 知识管理何为知识?知识工作者知识产品客户知识知识的价值知识管理传统型公司中的知识管理低成本公司中的知识管理解决方案型公司中的知识管理成功的知识管理结论小结14 知识经理15 企业设计经济变革客户革命核心竞争力好莱坞制片公司的经营模式网络经济解决方案型的企业设计解决方案的能力和载体解决方案型企业的文化结论小结16 变革管理企业和人员层面的变革变革管理的价值领导至关重要编制商务案例员工参与和交流能力的培养和能力差距的弥补激励机制及绩效评估创建合适的组织框架企业文化：既不抱怨，也不忽视如何实现：一种综合的实施方法经验教训小结本书总结译后记

<<IBM按需解决之道>>

编辑推荐

“由于品牌在企业经营策略中的地位日益重要，因此，对企业来说，寻找出在企业内全方位地管理和传递品牌经验的途径极为重要。

本书佐证了当今之世何为可能之事。

——谢利·拉扎勒斯(Shelly Lazarus) 奥关环球公司董事长兼首席执行官 “营销必须变革，否则，将被今日的商界所淘汰。

本书告诉读者，为了经营成功，人们为什么，做什么，怎样做才能实现营销变革。

”——彼得·菲斯克(Peter Fisk) 皇家营销学院首席执行官 “本书作者表达的对企业转型的观点是新颖的、原创性的。

但是，这些观点是建立在透彻分析的基础上的。

这些分析深化了这个主题。

”——特雷弗·里克(Trevor Richer) 大东电报公司商务发展部经理 “营销变革就是企业转型。这本重要的著作向世人展示如何实现这种变革。

”——尼尔·莫里斯(Neil G Morris) 直接营销学院副执行总裁 “本书作者展示了营销和企业变革怎样发展为整合营销传播，解决方案又怎样获得高价值和高效率。

”——安格斯·詹金森(Angels Jenkinson)教授整合营销中心 “本书提供了一系列可供企业采纳的颇具竞争力的策略，以便企业在商务运作方面取得长足的进步。

”——戴维·吉尔伯特(David Gilbert)营销学教授 萨里大学 《从优秀到卓越》的作者吉姆·柯林斯：IBM真的有能力“确立并实现别人认为绝对属于疯狂的宏大目标。

” 《纽约时报》：……如果你能站上巨人肩头，何必平地而起？

《今日美国》：书中不仅展现了只有IBM高层管理人员才接触得到的第一手内部资料，还与大家一起分享了带领一家巨型公司大步向前的高屋建瓴，深思熟虑的管理思想。

企业转型创新，挖掘真正的客户价值，开创市场新空间。

在业界被称为“蓝色巨人”的IBM发展至今已将近一个世纪，其间经历了大大小小的危机。转型变革，重视客户价值，开创市场新空间是IBM反败为胜的关键，本书立足于此，对IBM的成功经验进行了视角独特，内容深入的诠释。

<<IBM按需解决之道>>

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>