

<<表象背后>>

图书基本信息

书名：<<表象背后>>

13位ISBN编号：9787100065238

10位ISBN编号：7100065232

出版时间：2010-7

出版时间：商务

作者：埃里克·乔基姆塞勒

页数：253

译者：段秀伟

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>

<<表象背后>>

前言

“我们为什么没有想到呢？”

我们生活在一个加速创新的世界中，消费者面临着太多的选择和非常严峻的商业局势，这种局势包括市场的快速商业化、技术变革、利润压力，以及消费者和商业市场的日益分化。真正的收入增长微乎其微，不过百分之一二。

公司都在寻求获得新的发展机遇，重新制定核心业务模式。他们提出了无数的想法、战略和新的或者改进的产品或服务。一个想法接着另一个想法，一个成功激发了又一个成功。

但是，所有这些现象都存在着这样一个问题——一个公司的发展必然要求公司进行相应的组织结构、业务流程、公司系统和政策等方面的变革，而这些改变也同时使公司逐渐远离公司所服务的客户，在这个过程中，也会逐渐形成一种烟幕，迷惑了企业的视线，使企业无法看清创新和发展的最佳机遇，虽然这些机遇一直都存在，就隐藏在公司所看到的表面现象之后。

<<表象背后>>

内容概要

我们生活在一个加速创新的世界中。

然而，每一层次的创新、每一次成功都可能使公司与客户渐行渐远。

因为在这个过程中，企业可能无法看清创新与发展的最佳机遇。

以索尼公司为例，该公司借助随身听取得了很大成功。

但是，这一成功也蒙蔽了公司的双眼，使得索尼公司无法看到人们聆听音乐方式的变化，更无从知晓这种改变发生的时间、方式，以及在哪些方面发生了变化。

而苹果公司却审时度势，利用这种变化适时推出了iPod，为消费者提供了一种聆听音乐、管理音乐的全新方式。

本书阐明了在竞争对手之前发现这些机遇的方法。

书中的案例故事令人大开眼界、茅塞顿开。

作者阐释的这种需求优先的创新与发展模式是一个系统的、可重复的发展过程，有助于公司发现隐藏在表象背后的巨大机遇。

采用需求优先的创新与发展模式，你可以： 关注消费者行为而不仅仅是消费者本身，从而识别出消费者尚未满足的需求机遇。

而且，你还可以利用这种新的创新模式，深化你和客户之间的关系。

通过重新界定你的业务领域，创造超乎想象的发展机遇，开发全新商业模式，创造出突破性产品、服务和解决之道。

颠覆现行企业战略，另辟蹊径，建设品牌，吸引消费者，强化公司的创新与营销能力，为公司的现在和未来进行业务重组。

本书通过揭示不同类型公司的创新之举，向公司展示了应该如何为客户提供生活中真正需要的产品，而不仅仅是提供公司想要销售的产品。

本书中的精彩案例来自于宝马集团、苹果公司、菲多利食品公司、通用医疗、安联、艾科、宝洁、星巴克和Netflix公司。

这些公司的案例将使读者受益匪浅。

<<表象背后>>

作者简介

埃里克·乔基姆塞勒 (Erich Joachimsthaler) 博士是世界上杰出的品牌战略和营销专家之一，也是全球战略、创新与营销咨询公司ViValdiPartners的创始人暨首席执行官。他曾深入到不同行业的全球知名公司内部，帮助这些公司进行品牌建设、制定新的发展战略、重新制定业务战略和模式、培养公司的创新与营销实力，为客户的成功助一臂之力。

埃里克·乔基姆塞勒博士在世界一流的学术和商业杂志中发表过六十余篇关于战略、品牌建设和营销方面的文章，这些杂志包括《哈佛商业评论》(Harvard Business Review)、麻省理工学院《斯隆管理评论》(Sloan Management Review)和《加利福尼亚管理评论》(California Management Review)。他还与戴维·A.阿克合著了《品牌领导——管理品牌资产，塑造强势品牌》(Brand Leadership: The Next Level of Brand Revolution)一书，该书于2000年由自由出版社(Free Press)出版。

在其职业生涯早期，乔基姆塞勒曾在美国和欧洲几所研究所内任职。他还曾在加利福尼亚大学任教。在哈佛商学院从事过博士后研究工作。之后，他又先后执教于位于西班牙巴塞罗那的IESE商学院和美国弗吉尼亚大学达顿商学院。乔基姆塞勒一直与国际许多高级管理人员培训项目保持密切联系。在时间允许的情况下，他还一直坚持课堂教学。他还是颇受欢迎的演讲家和培训师。

<<表象背后>>

书籍目录

前言与致谢第一部分 创新与发展的潜在机遇 第一章 旁观者清 第二章 掌握需求环境第二部分 需求优先的创新与发展模式 第三章 描绘需求图景 第四章 重新界定机遇空间 第五章 构建机遇空间 第六章 制定行动的战略蓝图第三部分 制定实现客户优势的战略 第七章 创造客户优势 第八章 加深客户关系并吸引客户 第九章 实施创新和发展计划注释作者简介

<<表象背后>>

媒体关注与评论

本书从实际出发，利用大量案例展示了创新与发展的方法。

阅读这本书，我大受启发，并从中认识到全面深入地了解消费者将有助于公司取得有机增长。

——拜尔斯道夫公司首席执行官 托马斯·波恩德·夸斯了解促进利润增长的因素是公司未来取得成功的基石。

乔基姆塞勒深入洞察出客户的真正需求，并且了解如何将这种认识转化成竞争优势和客户优势.....

——斯伦贝谢公司董事会主席兼首席执行官 安德鲁·古尔德 本书是公司决策者超越阻碍公司发展的模式进行突破创新时不可或缺的指南。

在当今错综复杂的全球市场局势中，本书提供了一种全新的市场理念，有助于公司赢得无限商机。

——宝格丽集团首席执行官 弗朗西斯科·特拉帕尼 我将乔基姆塞勒的这本新书定为员工必读书目。

阅读这本书可以使我们重新审视我们为实现创新和获得有机增长所付出的努力。

——1-800-Flowers.com公司创始人和首席执行官 吉姆·麦凯恩 乔基姆塞勒为我们揭示出隐藏在表象背后的真正创新机遇，正如他在其成功的职业生涯中为无数公司所做的那样。

——ConAgra Grocery Foods公司总裁 戴维·帕尔凡尼

<<表象背后>>

编辑推荐

商务印书馆—哈佛商学院出版公司携手引领经济管理新思维 关注消费者行为以发现潜在需求
重新定义业务领域，发展新的市场机遇 强化公司创新与营销能力 全球独家授权

<<表象背后>>

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>