

<<7个转变让公司3年胜出>>

图书基本信息

书名：<<7个转变让公司3年胜出>>

13位ISBN编号：9787121186165

10位ISBN编号：7121186160

出版时间：2012-11

出版时间：电子工业出版社

作者：李蓓

页数：246

字数：223000

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>

<<7个转变让公司3年胜出>>

前言

为行业“老手”打开一扇窗：改变从今天开始 在我从事企业咨询的过程中，曾经研究过国内十四个行业的上百家企业，其中有“中”字头的国企，也有刚刚起步的私企。在与这些不同行业、不同规模的企业管理者沟通的时候，我明显地感受到，不少管理者们都意识到了一个问题——商业规则正在发生变化。

改变已经发生：行业内出现的创新常常不是在这个领域“摸爬滚打”多年的“老手”所为，而是一些行业新手，过去泾渭分明的行业界线正逐渐趋于模糊。创新的管理方式可以从最微不足道的细节中体现出来：取消前台接待、项目小组式的灵活的内部管理、客户和员工充分融合、成就的激励而非完全的物质激励、大量地进行数据收集和挖掘……

“老手”们习惯于成本控制、产品生命周期延长、质量监控、营销整合、渠道建设、贴牌代工等等这些驾轻就熟的方式。但不断扩大生产规模，压低单价的“灵丹妙药”不再有效，挥舞起价格大棒只能让整个行业陷入毛利率越来越低的“囚徒困境”。

即使在经典价值链上拥有一席之地，也不代表一定可以分到一块蛋糕。

我期望，这本书能为惴惴不安的“老手”们打开一扇窗户。

在我们谈到具体的今天就可以做到的企业的七大转变之前，我想强调的是，当你不再惧怕改变，而是开始拥抱改变，甚至有意识地去寻找改变的时候，这种心态才是“反败为胜”的关键。

过去的管理者习惯于缩在让自己感觉舒服的“小环境”中，他们将CEO的办公室布置得豪华、舒适、可以俯瞰整个公司。

即使他们刚刚从一个“创新”讲座中回到公司，但熟悉的环境和氛围马上又让他陷入到“从上至下”的管理体系中。

这是一个古老的“猫鼠游戏”，管理被理解为当老板的“猫”要不断地发现和纠正作为下属的“鼠”，同时，“鼠”也习惯了一种被动、躲避的“不犯错”和“无需负责”的“雇员心态”。

“创新”似乎不是一线员工要关心的事。

在这本书中谈到了方方面面的改变：转变1：企业估值——从“财务资产”到“客户资产”；转变2：业务模式——从“生产推动”到“需求拉动”；转变3：营销——从“单向广告”到“口碑互动”；转变4：生产制造——从“大量生产”到“按需定制”；转变5：客户服务——从产品到服务，再到解决方案；转变6：用户黏性——从“偶然购买”到“重复购买”；转变7：组织管理——从“集权管理”到“分散活动”。

对于力图在今天求变的企业管理者而言，许多是可以立刻开始的。

同时，我也非常理解，所有的改变都是有风险的。

希望有所行动，但是不希望成为“先烈”。

在深入分析了每一项转变之后，我们提出了一些既符合市场趋势，同时又是“局部调整”的方法，帮你迈出“第一步”！

“大多数人都会高估他们在一年内取得的成就，而低估他们将在十年内取得的成就”，当你迈开改变的步伐后，转机的出现可能并不需要那么久。

<<7个转变让公司3年胜出>>

内容概要

环境正在改变，扩大生产规模、压低单价的“灵丹妙药”不再有效，即使在经典价值链上拥有一席之地，也不一定能分到一块蛋糕。

以变应变，变中超越。

本书为力图求变但又不想成为先烈的管理者指明了方向：从“企业估值”、“业务模式”、“营销”、“生产制造”、“客户服务”、“用户黏性”到“组织管理”，7个转变让公司3年胜出！

转变1：从“财务资产”到“客户资产”

转变2：从“生产推动”到“需求拉动”

转变3：从“单向广告”到“口碑互动”

转变4：从“大量生产”到“按需定制”

转变5：从产品到服务，再到解决方案

转变6：从“偶然购买”到“重复购买”

转变7：从“集权管理”到“分散活动”

<<7个转变让公司3年胜出>>

作者简介

李蓓

曾任用友CRM咨询总监、德勤高级咨询顾问。

自2000年以来致力于中国的营销管理、企业战略管理咨询。

曾经服务过的客户有：联想集团、中国网通、鹏华基金、首都机场、博福制药、中图公司等大型国有、民营和外资企业，在十几个行业中研究了上百家中国企业管理现状。

<<7个转变让公司3年胜出>>

书籍目录

从“短缺社会”到“丰饶社会”

第1节 产品正在越来越多

第2节 “产品为王”只适合稀缺社会

第3节 “品牌为王”也只是过渡

第4节 “需求为王”才是根本

关联案例：***** “神话”的基础

立刻行动：评测你所在行业的“丰饶度”

转变1：从“财务资产”到“客户资产”

第5节 错误的会计报表

第6节 客户资产负债表

关联案例：环球电讯——不要忘记持续经营的前提

第7节 量化管理客户资产

立刻行动：你的公司有多少未来企业的基因

转变2：从“生产推动”到“需求拉动”

第8节 反向价值链

第9节 “拉”出来的新模式

第10节 从“金字塔”到“沙漏”

第11节 自动的“平台收费站”

关联案例：Google的模式

立刻行动：现在可以对你的企业做出哪些调整

转变3：从“单向广告”到“口碑互动”

第12节 低成本传播信息

第13节 广告能变多窄

第14节 设计交互沟通的关键

第15节 应该花多少钱进行交互沟通

关联案例：为休闲食品企业设计的“交互沟通”方案

立刻行动：你对“交互沟通”的理解程度

转变4：从“大量生产”到“按需定制”

第16节 更聪明的生产：敏捷制造

关联案例：服装业、鞋业的华丽转身

第17节 企业需要细分产品

第18节 物流网络的“最后一公里”

立刻行动：十大方法立刻为你的生产增加柔性

转变5：从产品到服务，再到解决方案

第19节 产品还是服务

第20节 期望值vs满意度

第21节 阶梯式体验设计

关联案例：对“汽车俱乐部”的辩论

第22节 线上社区

立刻行动：十大方法立刻提高客户满意度

转变6：从“偶然购买”到“重复购买”

第23节 客户忠诚是否真的存在

第24节 用户黏性来自何方

第25节 争夺“黏性”的战争

关联案例：豆瓣网——中国的Web2.0实验

<<7个转变让公司3年胜出>>

立刻行动：十个案例测试你对“客户忠诚”的理解

转变7：从“集权管理”到“分散活动”

第26节 他们是谁

关联案例：维基百科——不只是在线百科全书

第27节 分权，而不是集权

第28节 网络组织的生与死

立刻行动：你现在就能利用网络组织做的事

<<7个转变让公司3年胜出>>

编辑推荐

从愿望到行动，找到转型突破口；别指望国家能帮你，别指望经济会回暖，即使回暖了，也已经是另一个经济环境了，别指望用原来的方式再活五年。

<<7个转变让公司3年胜出>>

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>