

<<竞争者>>

图书基本信息

书名：<<竞争者>>

13位ISBN编号：9787300061443

10位ISBN编号：7300061443

出版时间：2005-3

出版时间：人民大学

作者：利亚姆·费伊

页数：576

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>

## <<竞争者>>

### 内容概要

《竞争者：以才智、谋略与绩效制胜》反映了利亚姆·费伊先生在竞争者分析领域中近15年来的研究、咨询和教学成果。

全书共分三个部分，主要内容包括：提供竞争者学习方法的相关概念；如何进行单个及多个竞争者分析；从组织视角突出分析当前和潜在竞争者存在的某些问题。

竞争者分析是企业管理者实现竞争制胜的必备管理工具。

在《竞争者：以才智、谋略与绩效制胜》中，你将会找到众多有价值的工具，包括：如何分析竞争者的市场战略、战略联盟、假设、资产、能力素质、技术和文化；如何预测竞争者可能采取的战略行动及其影响后果；如何预见发生在顾客、渠道、供应商及新兴市场中的变化；

如何分析本企业在与当前和新兴的对手竞争时，制胜或失利的原因或途径；如何避免传统的竞争者分析中存在的典型误差。

《竞争者：以才智、谋略与绩效制胜》适用于进行当前和潜在的竞争者分析的管理者和其他人士阅读，它对下列人士将特别有用：需要扫描、监控和预测竞争者的战略及行动的专业人员，以及在营销、制造、研究开发和工程等部门中需要在其专门领域内追踪竞争者活动的管理者。

<<竞争者>>

作者简介

朱舟，女，1999年毕业于上海财经大学国际工商管理学院获经济学博士学位，现为上海财经大学国际工商管理学院人力资源管理系副教授。

主要研究领域为人力资本投资理论和人力资源管理。

出版专著《人力资本投资的成本收益分析》（上海财经大学出版社，1999年），教材《人力资源管理教程》（上海财经大学出版社，2001年），合译《交易成本经济学及其超越》（上海财经大学出版社，2002年）和《领导学：在经验积累中提升领导力\*》（清华大学出版社，2004年），并参与写作专业著作、教材多部，在《经济管理》、《财经研究》等杂志发表论文多篇。

## &lt;&lt;竞争者&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章以才智、谋略与绩效战胜竞争者 3 战略游戏 4 改变游戏进行的方式 13 获胜：以才智、谋略与绩效制胜 18 战略：对抗与竞争者 23 第2章竞争者学习 28 竞争者学习模型 29 提炼“知识”的概念 38 学习与知识 41 作为一种学习来源的竞争者 45 竞争者学习的两种模式 49 学习过程：发现与修正偏差 53 小结 56 第3章核心概念 61 在（竞争者）学习中概念的作用与重要性 62 竞争者分析：三个层次 63 分析者与决策者 65 高效率与有效力的竞争者学习 66 竞争者数据 67 生成竞争者信息 72 竞争者情报：使用中的知识 74 扫描：收集竞争者数据 76 监控：追踪竞争者的变化 78 预测：了解竞争者的未来变化 81 评价：确定竞争者变化的含义 83 小结 84 第4章信号 89 了解信号的性质 89 信号分析过程 102 分析信号 110 信号分析中的偏差 115 小结 116 第一篇单个（及多个）竞争者分析 第5章市场战略：范围与位势 121 市场战略要素 122 识别竞争者的市场范围 134 辨别竞争者的市场位势 142 小结 152 第6章市场策略：目标体系 155 理解目标体系 156 识别目标体系 166 评价范围、位势与目标体系 174 市场战略评价中的某些偏差 185 小结 187 第7章活动/价值链 190 理解活动/价值链 191 识别竞争者的活动/价值链 197 评价竞争者的活动/价值链 209 小结 224 第8章战略联盟与关系 227 理解战略联盟与关系 228 识别战略联盟 231 识别特殊关系 237 评价战略联盟 241 评价单个关系 248 识别与评价战略联盟及关系的模式 252 预测竞争者潜在的战略联盟 255 小结 257 第9章网络 259 理解网络 260 识别与评估竞争者的网络 266 网络识别与评估中的误差 286 小结 288 第10章假设 290 理解假设 291 识别竞争者的假设 295 评价竞争者的假设 305 小结 319 第11章资产 321 什么是资产？ 322 识别竞争者的资产 328 资产评价 338 小结 346 第12章能力素质 349 理解能力素质 350 识别素质 356 识别能力 363 评价能力素质 369 小结 384 第13章技术 387 技术的竞争内涵 387 识别竞争者的技术状况 393 评价竞争者的技术 405 小结 423 第14章组织基础设施 425 理解组织基础设施 425 识别与评价组织基础设施的变化 428 识别与评价组织基本设施变化中的误差 438 小结 440 第15章文化 442 理解文化 442 识别竞争者的文化 450 评价文化 460 发现与评价竞争者文化中的某些偏差 467 小结 468 第16章预测竞争者的未来市场策略 471 预测竞争者的未来：对情境的运用 471 情境是什么？ 472 评价竞争者的情境 493 情境构建与评价中的某些偏差 504 小结 507 第一篇从组织视角看竞争者学习 第17章整合竞争者分析与决策过程 513 核心的组织偏差 514 与决策的联系 515 联结决策与决策者 518 决策与决策者：确定情报需求 519 充分运用成果：联结决策与情报需求 523 与决策过程的联系：提炼情报需求 527 超越决策：创建竞争者分析的接人点 529 竞争者分析的专用结构 533 组织程序：推动多人共同进行竞争者分析 535 一种竞争者学习的文化 538 让决策者参与竞争者分析 540 小结 542 索引 545

## &lt;&lt;竞争者&gt;&gt;

## 章节摘录

学习的推动力 当个人和群体从事决策活动及组织生活中的常规活动时，学习就发生了（单元1）。

尽管发展和运用知识是决策及日常事务中一个隐含的组成部分，组织环境下的个人和群体在很大程度上对清楚地回顾、评价和增强其知识存量几乎未予重视。

因此，学习往往要求某种推动力。

以寻求新的竞争者知识或挑战现有知识的形式进行的学习，由多种方式、出于多种不同的目的（在本章稍后讨论）而被推动或激发出来。

推动学习的，往往既不是单个的事件，也不是孤立的刺激。

相反，它涉及到一系列的任务或考虑，其中每项都对决策者决定致力于学习（即经历如图2-1所示的学习活动）有所贡献。

决策者一开始具有对学习的敏感性：某些事情使他们考虑关于竞争者的学习。

这有可能与竞争者的行动或言论有关。

他们考虑学习什么。

任何着手进行竞争者学习的努力，都假定可以学到关于一个或多个竞争者的某些具体方面。

决策者关于要学些什么，有时只有一种模糊的感觉。

他们考虑学到的东西如何能被用于决策过程中。

同样，决策者有可能没有形成如何影响具体决策的清楚认识。

人们常常会发现，经理人表达出某种疑虑：如果他们关于某位竞争者的技术发展和应用能有更多了解的话，可能就会改变自己当前和规划中的某些技术方案和投入。

P31竞争者学习的两个核心概念是高效率的学习和有效的学习。

高效率的竞争者学习是指学习的投入产出之比：在给定的学习资源水平上，使学习的产出（知识的改变）最大化。

资源包括分析人员的数量、他们的技能和经验、可以调配的资金、可用的时间以及数据信息。

效率问题对很多（竞争者）分析提出了挑战：如何识别关键性的决策（单元1）；如何快速地、成本最小化地收集合适的竞争者数据（单元2）；如何与多个不同类型的数据来源建立长期关系（单元2）；如何快速处理数据和信息（单元3）；如何将其构思转化为成果（单元4）并使这些成果对决策者有用（单元1）。

有效力的竞争者学习考虑的是产出与决策的关系。

要想做到有效力，竞争者学习必须为决策者提供信息，并影响决策者。

理想的状况是，有效力的竞争者学习使决策者更好、更快地做出决策（单元1）。

有效力的竞争者学习可以使决策者注意到需要做出新的决策，激发他们以不同的方式考虑某项决策，并使他们加速或延缓决策的制定。

高效率 and 有效力都需要受到关注。

然而，在判断什么是效率和效力时，需要非常小心。

在开放式学习中，一门心思追求高效率会限制潜在的效力。

开放式的质询模式，如与不同的主要数据渠道进行探索性的、无特定主题的讨论，可能与高效率的数据收集中的某些规定直接冲突。

在指导下的学习中，如果决策者提出的对竞争者知识的需要是错误的，向决策者提供满足其情报需要的数据和信息只会带来无效力的竞争者学习。

高效率 and 有效力的竞争者学习，要求分析员清楚地理解数据、信息和情报之间的区别以及这些区别的意义所在。

<<竞争者>>

媒体关注与评论

一家公司最佳的希望，就在于先于竞争对手读到这本书。

——Philip Kotler, Professor of International Marketing, J L Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University  
利亚姆·费伊的这本关于竞争者分析（人们常常误称为竞争者情报）的著作，是第一本结构丰富、易于应用并充满现实性的专著……它是作者基于对竞争的充分了解而达到的专业成就。

——“Larry Prusak, Managing Principal, IBM Consulting Group and coauthor of Working Knowledge  
费伊的《竞争者：以才智、谋略与绩效制胜》因其真实、富于变化而有别于传统的静态战略分析。他提供了一种独一无二的、务实创新的方法来审视竞争者未来的走向以及如何更快更好地先拔头筹、重构或重塑“竞争领域”。

——James Brian Quinn author of Intelligent Enterprise and Innovation Explosion  
我们衷心接受以利亚姆·费伊的竞争者学习框架为工具，指导我们对于当前和不断显现的竞争态势的认识。

《竞争者：以才智、谋略与绩效制胜》是使竞争者分析达到更高层次的必读书。

——Benjamin R Fisher, Jr., Director, Corporate Marketplace, PPG Industries, Inc.  
如果能做到，本书将仅限于少数几个人阅读……因为采用了书中介绍的这些工具的公司，将足以在才智、谋略与绩效方面战胜它们的竞争者。

——Faye Brill, Director, Business Intelligence, Meritor Automotive, Inc. and former President Society of Competitive Intelligence Professionals

## <<竞争者>>

### 编辑推荐

《竞争者：以才智、谋略与绩效制胜》是凝结利亚姆·费伊先生在竞争者分析领域中近15年的研究、咨询、和教学成果。

分为提供竞争者学习方法的相关概念；如何进行单个及多个竞争者分析三大部分内容，从组织视角突出分析前和潜在竞争者存在的某些问题，是一部结构丰富、易于应用并充满现实性的专著。

#### 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>