

<<创建和保持成功的咨询业务>>

图书基本信息

书名：<<创建和保持成功的咨询业务>>

13位ISBN编号：9787502351083

10位ISBN编号：7502351086

出版时间：2005-9

出版时间：科学技术文献出版社

作者：璐羽

页数：253

字数：220000

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>

<<创建和保持成功的咨询业务>>

内容概要

本书是作者在十几年促进中国咨询业发展过程中，深入调查了我国近千家咨询机构，并在认真讨论的基础上，积极借鉴经济发达国家的经验，对咨询产业的实质内涵、职业标准和行为准则、咨询业务技能、咨询方法、咨询建议的执行、咨询专家和咨询客户的合作关系等我国咨询业普遍存在的问题进行了较为深入的讨论，特别是与国际有一定差距的商务技能方面做了较为务实的探讨。

本书注重总结我国咨询从业人员的实践经验和处理本土化问题的能力，侧重咨询从业人员职业技能的研究，同时从咨询行业的特点出发，对咨询的专业服务能力进行了较为全面的探讨，力图解决咨询服务向客户进行知识、技能传递过程中得到有价值的收益。

本书是作为提高我国咨询机构从业人员服务能力的职业训练指导书进行编写的，旨在有效地推动咨询实践和咨询服务的标准化。

<<创建和保持成功的咨询业务>>

作者简介

璐羽，中国科技咨询协会秘书长，中国科学技术信息所研究员，中国科技咨询协会主要发起人之一。

1993年底，根据原国家科学技术委员会科技要为经济建设服务的总体战略部署，具体负责促进我国咨询业的发展工作，并参与实施了促进我国咨询业发展的试点工作。
近十年中，她先

<<创建和保持成功的咨询业务>>

书籍目录

1 咨询概览 引言 第一节 什么是咨询服务 第二节 咨询专家的角色 第三节 咨询专家的作用2 咨询机构(咨询专家)的责任和咨询协会的作用 引言 第一节 咨询机构(咨询专家)的社会责任 第二节 咨询从业人员的职业规范和道德准则 第三节 咨询协会 附件1 附件23 营销咨询服务 引言 第一节 咨询营销的9大要素 第二节 间接的市场营销策略 第三节 低成本或无成本的营销技术 第四节 直接营销方式 第五节 营销技能4 咨询项目文件的编制 引言 第一节 编制一份有效的项目建议书 第二节 编写项目合同 第三节 项目阶段报告的撰写 第四节 最终报告的撰写5 咨询的程序和模式 引言 第一节 咨询服务的基本咨询程序 第二节 咨询的模式分析 第三节 建立一个高效的咨询项目合作团队6 数据的收集方法——调查的艺术 引言 第一节 数据和它们的多方用途 第二节 调查方法 第三节 善于利用常规数据7 战略规划咨询方法8 咨询项目的执行技能9 在实施变革中如何推荐咨询建议10 客户采购咨询服务指南

<<创建和保持成功的咨询业务>>

章节摘录

第二节 变革的战略 在进行任何变革计划的详细设计前，对变革目标有一个全面的了解是很有帮助的。

我们对很多变革实践进行调研后发现，如果没有一个明确的目标，或者是根本没有考虑到这个问题。

你很容易偏离方向或在实施中增加一些不必要的步骤。
清晰的目标为咨询专家和客户评价变革过程提供了一个很好的媒介。

目标的建立应该与你对客户问题的界定和解释紧密结合。

例如，如果你把客户的问题界定为：由于缺乏部门之间的协调机制而缺乏协作，比如缺少一个协调的部门。

那么就要建立新的一体化的管理体制达到更好的协作。

如果你有了这个直接目标，就有了制定实施战略的方针。

所有的战略也都是符合逻辑的，同你的目标有内在的联系。

问题—目标—战略 为什么—什么—如何做 看起来显而易见而且简单，但是对问题进行准确的界定并提出咨询专家和客户双方都能接受的解决方案，在实际工作中的工作量是十分惊人的。

问题的确定是你的基础，所有的目标和方法都针对问题的。

如果你对目标陈述有困难，它表明你对问题的界定不清晰，没有重点。

大多数情况下，咨询专家对目标的表述要集中到一个或两个主要目标上，对目标进行一个全面的、简单的陈述是困难的，一般是要把总的目标分解成一些次一级的问题或次一级的目标。

如果是次一级的问题，就要指出导致这些问题的具体原因，次一级的目标是为解决这些具体问题的目标。

例如，我们前面提到的“由于缺乏协调机制而缺乏协作”，我们把次一级的问题定义为：高层管理人员过度竞争的态度导致公司总经理的价值理念难以实现。

解决这一问题的次一级目标为：总经理在高层管理人员中应该融入更多的合作性的行为，如成立一个新的合作委员会。

伴随对目标的陈述，也应该对成本和收益进行分析。

收益可以根据目标进行具体化，而成本可以从下一阶段的战略计划中计算得出。

客户通常对成本收益率比较感兴趣，而不是关注一些软目标。

由于你面临许多未知的因素，对每一笔成本收益有一个准确的数字是不现实的，例如你可以根据以上“有效的合作”总的目标提出一些具体的措施，如“快速地作出决策”、“更好地为消费者服务”，这些可以帮助客户从比较抽象的目标描述中，比较清楚地看到具体的目标。

它还可以为项目的成功或失败提供衡量的标准。

对变革成本与费用的讨论是非常必要的，因为它关系到咨询专家与客户就咨询费用再进行合同谈判。

因为大多数变革的实施阶段并不能按预期的计划进行，合同咨询工作的继续再次提供了一个很好的机会。

客户必须知道实施变革需要的费用，包括咨询专家和员工耗费的时间，因此必须做好财务预算和筹集资金方案。

咨询专家和客户之间有时会发生这样的事情，当客户看到咨询专家高额的账单，以及客户管理人员参加特别会议花费的额外差旅费时，客户与咨询专家之间随后会发生激烈的冲突。

应该签订一个新的合同确保双方在项目执行中达成一致。

为控制成本，咨询专家应该仔细检查下一个行动策略的每一个行动步骤，每一步应该保证咨询专家和客户、员工所能提供的时间相一致。

成本是一个具有否定意义的词语，因此我们通常称之为客户的投资，投资意味着期望得到一定的回报。

<<创建和保持成功的咨询业务>>

合同再谈判中必然会对变革过程中咨询专家与客户角色进行讨论。

在变革过程中，即使客户让你扮演一个推翻马车的坏角色，你不可能也不期望承担所有的责任。

员工如果不是通过其管理人员，而是通过咨询专家了解变革的程序，他们将很快失去兴趣。

咨询专家最终要离开企业，客户自我承担责任的渐进准备比过分依靠一个有智慧的咨询专家要好得多。

记住你不是客户聘用的长期执行变革项目的工作人员。

<<创建和保持成功的咨询业务>>

编辑推荐

俗话说：“酒香不怕巷子深”，但在市场经济条件下，这句话会受到一定挑战，市场竞争激烈，机会难得，转瞬即逝。

咨询业在未来社会中必将得到迅猛的发展。

《创建和保持成功的咨询业务》主要是在如何提高咨询从业人员的实际工作能力方面做了一些研究、归纳和总结，分析了咨询活动各个环节中的一些技能，凝集了许多优秀咨询专家的实践真知，颇具参考价值。

<<创建和保持成功的咨询业务>>

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>