

<<杜老师的策略>>

图书基本信息

书名：<<杜老师的策略>>

13位ISBN编号：9787506040402

10位ISBN编号：7506040409

出版时间：2010-12

出版时间：东方出版社

作者：詹文明

页数：240

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>

<<杜老师的策略>>

前言

“策略（strategy）”源自于希腊语strategos，其意指“将军的艺术”。

未来是不可预测的，但是可创造的。

我们不是要完成什么目标，而是客户未来想获得什么样的满足，这就是策略性思维的核心价值所在。其次，为了满足客户的未来期望、价值、欲望及需求，企业内部必须拥有什么样的能力，尤其核心能力，以快速提供正确的产品、服务及系统运营。

为此，策略的思维即是以目标为导向的管理，因为没有目标就无从管理，目标不是一堆数字，而是要从问“我们的顾客是谁，我们的未来顾客应该谁”做起，这样的未来才具有意义，这样的目标才会有价值。

策略不是一堆眼花缭乱的战术，更不是异想天开、灵光乍现的创意，而是衡量企业内在、外在情势所作的重大决策，更是发掘机会、创造机会的一堆逻辑思维之判断能力。

<<杜老师的策略>>

内容概要

本书可以说是对“策略”进行了很好的注解，扩展了我们对这个管理概念惯常的理解。

“策略（Strategy）”源自于希腊字（Strategos），其意指“将军的艺术”。

未来是不可预测，但可创造的。

我们不是要完成什么目标，而是客户未来想获得什么样的满足，这就是策略性思维的核心价值所在。

在本书中，可以看出，无论是策略的设计还是实施，都要以一个基本条件作为前提——把客户的需要放在首位。

作者提议的策略，要基于客户，在必要时，也必须抛弃原有的已经无法满足市场要求的产品，甚至抛弃已经不具备价值的“母业”。

也许很多公司并不能做到这一点，在短期看来，对于老员工来说也并非好事。

但是，长期看来，这是对公司和员工最大的负责，是推动大家与市场、顾客更好地融合的最佳方式。

<<杜老师的策略>>

作者简介

詹文明，德鲁克管理学家，德鲁克管理哲思想的实践者、传播者，曾在美国加州克莱蒙特大学彼得·德鲁克研究中心深造，师从德鲁克先生。

多年来，以“国际级企业布道家”为职志，受邀担任企业、各型组织领导者或CEO的首席咨询顾问，协助造就世界级企业。

<<杜老师的策略>>

书籍目录

什么是策略？

为何要有策略？

策略的第一部分：高管的价值取向策略的第二部分：环境的机会与威胁策略的第三部分：企业的优势策略的三个层级策略三层级最终达成三项目标：资源最大化、机会最大化、系统全球化策略的第一项原则：策略性目标策略的第二项原则：策略性定位策略的第三项原则：策略性经营策略的第四项原则：策略性方案策略的第五项原则：策略性时机策略的第六项原则：策略性执行策略的第七项原则：策略性创新全球性策略要从退场机制开始计划是要完成什么？

要达到什么目的？

规划才是行动的方案策略性规划是现在作决策以掌握不确定的未来高效能的秘诀就是“专注力”用制定政策、规则、制度来对付紧急但不重要的事我现在最该做的一件事是什么最伟大的典范就是对组织使命的全心奉献最大的使命要从自己做起，从自我管理开始自我发展——生生命等长的历程策略发展的内外重点策略的首要工作就是界定公司的“现实处境”策略的最终产物

<<杜老师的策略>>

章节摘录

插图：

<<杜老师的策略>>

编辑推荐

《杜老师的策略》：一小时学习，管理能力大提升，德鲁克管理学家。

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>