

<<混沌时代的管理和营销>>

图书基本信息

书名：<<混沌时代的管理和营销>>

13位ISBN编号：9787508051529

10位ISBN编号：7508051521

出版时间：2009-5

出版时间：华夏出版社

作者：菲利普 科特勒,约翰 卡斯琳

页数：220

译者：李健

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>

<<混沌时代的管理和营销>>

前言

<<混沌时代的管理和营销>>

内容概要

随着2008年金融危机的影响逐步深化，企业、产业和整个市场摇摇欲坠，甚至已经不复存在。动荡不可能很快结束。

在《混沌时代的管理和营销》中，著名战略家菲利普·科特勒和约翰·卡斯林进行了耐人寻味的论述：这些混乱的时期并非失常，而是常态的新面孔。

事实上，经济不景气是动荡时代持续摇摆不定的一部分，这个时期，世界通过全球化和技术无情地捆在一起的，风险和机会在各地迅速蔓延。

这个世界灾难总是降临无准备者，机遇却总是青睐有准备者——那些强有力的、有能力迅速预见并有效应对潜在威胁的企业。

通过众多具有启发性的活力四射的企业成功驾驭动荡的实例，以及诸多对降临它们的混乱束手无策而濒临破产企业的惨痛事例，《混沌时代的管理和营销》提出了深度的见解和切实可行的战略，不仅为了度过目前的经济不景气，也为了在未来的跌宕起伏中取胜。

这本书的核心，是极具创新的最大限度地降低脆弱性并利用机会的混沌管理系统，把自己置于竞争对手之前。

这些竞争者中的大多数还是抱住旧的恐慌战术：全面裁员、深度价格折扣、大幅度削减营销、品牌和新产品开发的投资。

该系统可以帮助您完全重新考虑在经济衰退和其他动荡的条件下如何进行管理和营销，包括如何：

- *建立早期预警系统，以识别发声巨变的第一个信号，包括颠覆性创新和冲击
- *利用战略构建详尽的最坏情况、最好情况和一般情况的方案，以便有效应对每种情况
- *在特殊部门战略性地削减成本或提高效率：财务、信息技术、制造、采购和人力资源
- *确保您在核心客户群的市场份额，不要削减客户调研和营销的预算
- *把战略规划缩短到三个月的周期，以便进行更密切地关注企业脉搏的变化
- *避免可能出现的放弃核心原则的灾难性后果

《混沌时代的管理和营销》及时、实用而又有说服力，是一本商界领袖努力度过今天的经济风暴并在未来不可避免的动荡中取胜所不可或缺的指南。

<<混沌时代的管理和营销>>

作者简介

菲利普·科特勒 (Philip

Kotler) 被誉为“现代营销学之父”。

现任西北大学凯洛格管理学院终身教授，具有麻省理工大学的博士、哈佛大学博士后、及苏黎世大学等其它8所大学的荣誉博士学位，并任美国管理科学联合市场营销学会主席，美国市场营销协会理事，德鲁克基金会顾问，建

<<混沌时代的管理和营销>>

书籍目录

第一章 新经济时代的到来：从常态到混沌 何谓市场动荡？

引发混乱的因素

结论

第二章 当前管理层对动荡的危险应对

破坏核心战略和文化的资源分配决策

全面削减开支与集中的审慎行动

维持现金流量的快速解决方案，危机利益相关者

削减营销、品牌以及新产品开发费用

降低销售与价格折扣

降低销售相关费用以摆脱客户

在经济危机时期削减培训和发展开支

轻视供应商和分销商

结论

第三章 混沌系统模型：管理漏洞与机会

构建早期预警系统

构建关键方案

方案及战略选择

结论

第四章 筹划具有适应力的管理系统

混沌管理系统

金融和信息技术

制造/运营

采购/采办

人力资源

结论

第五章 筹划具有适应力的营销系统

危机的一般营销反应

危机的战略性应对措施

营销部门面临的运营问题

销售部门面临的运营问题

结论

第六章 在动荡时代兴旺发达：实现企业可持续发展

企业可持续发展

结论

<<混沌时代的管理和营销>>

章节摘录

第一章 新经济时代的到来：从常态到混沌 顺境是伟大的导师，逆境更加伟大。

——威廉·哈兹里特（1778—1830）世界已经进入了一个崭新的经济时代，国民经济密切相连并且相互依赖。

利用互联网和移动电话，人们通过信息流以光速开展贸易。

这一新时代带来了积极的一面，即成本下降和商品、服务的快速生产与交付。

但是，它也产生了消极的一面，即大幅度提高了生产商和消费者面临的风险和不确定性。

一个国家的一个偶然事件或形势变迁——无论是银行倒闭、股市或房地产崩盘，还是政治暗杀或信贷违约——都会蔓延到其他许多国家并产生巨大动荡，足以完全搅乱整个体系直至带来无法预见的后果。

交货不再及时，银行停止放贷并开始敦促还款。

雇主们解雇工人，经济开始下滑。

企业在决策时变得更为谨慎，它们中止了新产品的开发，削减营销与广告方面的预算。

为了自身的长远发展，企业在审慎的决策后决定裁员以维持短期生存并削减投资。

著名经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯说过，就长期而言，人们都会老去。

在出现众多企业倒闭、房地产止赎、工人失业及收入下降之后，经济最终跌入谷底。

基本需求和政府行为可能会阻止损失继续加大，使形势开始略有好转。

动荡和悲观情绪被一定程度的稳定和重塑经济的信心所取代。

基于对经济复苏的预期，有些企业开始寻求更多的机会和投资。

这一切听起来就像传统的经济周期波动，在过度扩张之后总会出现投资缩减直至恢复常态。

然而，即使经济恢复常态，并非所有行业、市场或企业都会如此。

正常时期的超级竞争总是持续不断并且残酷无情。

当今美国汽车业正经历着一场不折不扣的风暴：几十年来，美国汽车业的竞争力一直落后于其竞争对手，而在产品需求下滑的形势下其自身又面临着高昂的医疗保健成本和沉重的养老金义务。

航空行业运输能力明显过剩，可能要做进一步整合。

即使不出现全球性金融崩溃，特定行业和组织的日子也可能是动荡不定的。

动荡通常意味着风险和不确定性增加。

风险是指可以估算并能为之购买保险的不确定性。

然而，在现实中总是存在着一些不可投保的风险，这才是企业决策者真正面临的不确定性。

在高度不确定性面前，企业不会寻求收益最大化，更可能会做出使风险最小化的决策，以确保即使最坏的情况发生时，企业依然可以维持生存。

美国国家情报委员会办公室2008年发布了一份题为《2025年全球趋势：转变的世界》的报告。

其目的是通过确定关键趋势、推动这些趋势的因素和这些因素的走势，以及这些因素的相互作用方式来激发人们对未来进行思考。

它采用许多远景方案以阐明报告中所分析的驱动因素（如全球化、人口、新兴大国的崛起、国际机构的衰败、气候变化以及能源的地缘政治）之间的交互作用，以及给未来决策者和企业领袖带来挑战与机会的各种方式。

《2025年全球趋势》不是对未来十年或更长时期的预测，而是对可能引发世界性事件的驱动因素和新情况的阐述。

进一步阅读该报告会强化这样一个观点，即在可预见的将来，世界将面临持续不断的破坏、动荡、混乱和暴力。

这些因素将直接或间接影响着全球企业，这就是为了企业长期生存，企业领袖未来必须应对的环境。

2008年11月末印度所经历的那三个骇人听闻的日子就是例证。

伊斯兰武装分子在拥有1800多万人口的商业都市孟买发动了通宵连环袭击，其规模和残忍程度骇人听闻。

全副武装的年轻暴徒袭击了两家豪华酒店、一家餐馆、一个火车站、一家犹太人中心以及至少一家医

<<混沌时代的管理和营销>>

院。

枪声和爆炸声响彻孟买上空，179人丧生，300多人受伤，其中包括来自美国、日本和英国的几名外国人，以及孟买的首席反恐官员。

还有包括一些美国和英国游客在内的100多名人质被扣押在一家酒店内。

这些袭击加剧了这个本来就动荡不定的地区的紧张程度。

作为金砖四国（BRIC，2001年由美国高盛集团全球研究部主任吉姆·奥尼尔创造的一个术语，包括巴西、俄罗斯、印度和中国）之一，在恐怖袭击之前，印度正快速从几十年来的经济停滞中走出来。

尽管近年来印度对恐怖袭击并不陌生，但是它已经恢复了大部分元气，保持了经济高速增长的势头。然而遗憾的是，由于当今全球化的特征之一是经济的紧密相联及其带来的脆弱性，有关骚乱的新闻通过全球新闻网络就像计算机病毒一样，瞬间传播到了世界的每个角落，致使印度乃至整个亚洲地区都可能出现经济倒退。

毕竟外国企业不愿意将自己的员工和投资置于危险之中。

如图表1—1和图表1—2所示，导致不确定性日益增加的原因很多，这些不确定性将在今后二十年给企业领袖带来更多新的挑战。

根据《2025年全球趋势》的阐述，在今后十年及十年以后，我们可以预测全球会发生越来越多的动荡：新兴市场经济国家政治领袖的频繁更换，重大政策的变革，与日俱增的武装冲突，地方政府和中央政府预算削减及其对企业的溢出效应。

我们生活在一个不确定的时代。

这意味着全世界各种规模的企业面临着更大的风险，它们需要全新的战略来保护自己，并利用必将出现的机会。

当企业充满信心地面对前方更大的动荡和混乱之时，它们不会很快忘却2008年金融风暴留下的痛苦和教训。

企业将谨慎前行并采用风险导向型思维方式。

政府将通过立法杜绝此类房屋和抵押贷款泡沫的重演。

银行和企业减少以“零订金”方式出售其商品和服务，并密切监测信贷业务以避免出现新一轮的“空中楼阁”经济。

英特尔公司前董事长安迪·格鲁夫在其畅销书《只有偏执狂才能生存》中写道，作为影响特定企业具体力量的直接结果，所有企业都会出现“战略拐点”。

当一家企业的旧战略失效且必须代之以新战略才能使之提升到一个新高度时，这家企业就达到了其战略拐点。

如果企业的领导者不能成功通过战略拐点，企业就会走下坡路。

直觉或偏执会提醒人们要永远保持警惕，因为你不知道何时一阵突如其来的强风会将企业或整个行业卷入不必要的混乱。

有时很小，而有时动荡又很剧烈，例如在2008年全球金融大危机中，市场每天都在经历无法预测和不可控制的大幅度下跌，几乎每个人都被压得喘不过气来。

更加令人不安的是你不得不承认，不管混乱何时到来，你连一根救命稻草都抓不住——除非你能够预见并足够快速地对混乱做出反应，带领你的企业、业务单位、地区或部门安全度过混乱期。

还有一件事使企业领袖们辗转不安：当今环境对企业领袖及其管理团队所要求的工作透明度日益提高。

2008年全球金融危机给实体经济中的全球股东造成了上万亿美元的市场价值亏损，也许你和你的企业只是这场危机的牺牲品，但对于你们而言，世界已经永远改变了。

许多机构投资者和私人投资者的投资组合——有些还包括员工的养老金和储蓄计划——在数周之内亏损了将近一半价值，现在人们对这些企业的资金投向的透明度提出了更高要求。

来自企业的所有利益相关者的监督变得越来越严格。

更进一步讲，企业更多的客户、员工、董事会成员、银行、供应商、分销商以及所有的商业和金融媒体将会更加密切关注企业的行动，以观察管理层在诸多层面上是如何经营的。

何谓市场动荡？

<<混沌时代的管理和营销>>

回顾一下自然界、科学研究和物理学中动荡一词的概念，有助于理解市场动荡及其对企业产生的影响。

自然界中动荡的特征就是猛烈和狂暴。

想想飓风、暴风、旋风、龙卷风和海啸吧，它们的共同特征就是猛烈、随机和不可预见。

尽管当今超级计算机已经具备很高的复杂程度和很强的计算能力，但是动荡依然在困扰着物理学家，因为他们很难通过建立模型对其进行预测。

数学家们发明了混沌理论，用来研究在给定初始条件和确定性假设的情况下事态的发展。

他们指出，一个很小的初始影响都可能会导致混乱呈指数级增长。

动态系统——其状态随时间发生演变的系统——的行为呈随机性，尽管该系统并无内在的随机性。

2004年12月26日，在印度洋发生的巨大海啸中，猛烈卷入空中的海水给亚洲带来了巨大的动荡和破坏。

尽管旧金山的人们以及在斯图加特上空的飞机中的乘客并未亲身感受到这种动荡和破坏，但科学家们早已推断，海啸对发源地上万英里之外的大气层都会产生影响。

1972年，混沌理论之父爱德华·洛伦茨做了一场报告，在报告中他提出了一个问题：“一只蝴蝶在巴西轻拍翅膀，可能引发美国德克萨斯州的一场龙卷风吗？”

”蝴蝶效应一词指的是蝴蝶扇动翅膀在空气中产生的细微震动可能最终会改变龙卷风的路线，延迟或加速龙卷风，甚至避免龙卷风在某个区域产生。

根据该理论，如果蝴蝶没有扇动翅膀，龙卷风的轨迹可能呈现很大差异。

科学家们认为，蝴蝶会影响包括龙卷风等大规模事件在内的天气事件的某些细节。

那么，你可能会问，所有这一切和企业动荡有何关系呢？

.....

<<混沌时代的管理和营销>>

媒体关注与评论

<<混沌时代的管理和营销>>

编辑推荐

在全球经济之间的联系和相互依赖性日渐增强的今天，我们已经进入新常态经济时代，即动荡和不稳定将作为一种常态存在，而且更加不可预测，这将给企业发展带来更大的风险。

基于多年的从业经验和现状的深入思考，作者创造性地提出了混沌管理系统——包括一套新的战略行为和工具——以帮助商界领袖成功渡过当前的经济危机，并在未来的跌宕起伏中保持长期繁荣。

《混沌时代的管理和营销》还分析了很多企业成功驾驭动荡的成功案例，以及一些企业由于面临混乱束手无策而濒临破产的失败案例，为企业决策提供借鉴和参考。

<<混沌时代的管理和营销>>

名人推荐

<<混沌时代的管理和营销>>

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>