

## <<基于价值的咨询>>

### 图书基本信息

书名：<<基于价值的咨询>>

13位ISBN编号：9787509612651

10位ISBN编号：7509612659

出版时间：2011-4

出版时间：经济管理出版社

作者：菲奥娜·查尔内斯加

页数：221

译者：陈文晖

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>

## <<基于价值的咨询>>

### 内容概要

出色的咨询公司在前面两点做得非常出色，他们通过发展特殊领域的专门化技能成为少数行业的专家，并不是任何一样都不精通，对全球客户不断增长的对世界顶尖专家的需求做出回应，在20世纪90年代后期成功地把握住机会，在与客户合作开展新业务及交流竞争中，将自己定位为核心经纪人。

但是最后一点上出现了问题，这并不是说客户之间没有“整合”需求，诸如按效果付费、咨询顾问亲身参与设计项目需求以及咨询宣传册子上流行的语句“我们是您的合作伙伴”等都充分证明了咨询公司完全明白这一点。

事实上，咨询公司已经发现“整合”这个概念与他们自身的战略目标背道而驰。

对他们来讲，如何玩转市场更为重要，这就允许他们在特定领域分散低迷时期的风险，而将目标紧缩在一小部分市场和服务领域，建立一致的、基于个别权力基础上的伙伴关系，这是许多咨询公司的一项决定，但事实证明很难实现。

## <<基于价值的咨询>>

### 书籍目录

第1章 引文：客户与顾问各自想从彼此间得到什么 第一部分 选择合适的咨询公司第2章 智力资本：明晰投资组合第3章 市场信息：避免广告邮件式的咨询工作第4章 品牌一致性：交付服务和体验第二部分 合适的项目第5章 专业性：引领市场取得成功第6章 技能整合：一种难以实现的模式第7章 创新：事半功倍第8章 数据、信息和知识：重新建造智能价值链第9章 结构化方法论：咨询业囚徒困境第10章 建立工作网络：联合工作方式增加价值第11章 变革管理：咨询公司有遗产吗第三部分 合适的方法第12章 组织设计：交付解决方案而非服务第13章 价值链整合：建立整体布局第14章 技术：建立计划与实践之间的联系第15章 知识管理第16章 咨询服务自动化：重新评估在线式咨询第17章 自动交付：企业转型之路第四部分 结论第18章 基于价值的咨询附录贡献者信息

## <<基于价值的咨询>>

### 章节摘录

有些客户愿意牺牲创新而追求速度和效率，他们认为，创新潜藏着危险：他们需要使用结构化的、可靠的并经过实验证明是正确的方法，这就是为什么他们更钟情于富有经验的咨询公司的原因。

那么这肯定是客户和咨询顾问意欲结成联盟的因素吗？

每个人都一定受益于成熟、规范的方法吗？

然而，规范自己也是自身成功的受害者：当在一项艰难的项目中采用某些规范性方法时，将导入一些重要的思想和做法，而过多地使用这些规范将降低与特殊组织独特需求相关的项目实施程度，并且效率越高，受益越少。

电子商务繁荣带来的一个遗产是，客户和咨询顾问都认可咨询顾问建立的关系网本身是一种非常有价值的资产。

随着公司协作不断成为当今社会的主流工作方式，咨询公司发现他们非常适合做经纪人，他们可以使一些潜在的合作伙伴走到一起并推进他们双方的合作关系。

在客户看来，他们得到的好处在于通过咨询顾问扩大了他们的联系网络的范围。

这就将咨询顾问转移到传统投资经纪人的位置，由此带来的咨询公司地位的提高明显使咨询公司大受欢迎，当然也会因此出现一些难于处理的问题。

对这类工作的咨询顾问如何收费？

是否存在这样的情形，即对客户有价值但咨询公司没有能力提供？

&hellip;&hellip;

<<基于价值的咨询>>

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>