

<<收购失败>>

图书基本信息

书名：<<收购失败>>

13位ISBN编号：9787509613726

10位ISBN编号：7509613728

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丹泽尔·兰金

页数：236

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>

<<收购失败>>

内容概要

丹泽尔·兰金编著的《收购失败：为成功收购提供切实的建议》通过对公司收购理论的概述，阐明了收购的基本原则，收购失败的原因在于收购前的错误战略，收购中对新业务的不完全理解及收购后有缺陷的管理与整合。

全书对收购中公司可能出现的问题作了详细地剖析。

同时，还为读者提供了大量的现实收购的案例，并对案例作了详细分析，为成功收购提供了切实的建议。

<<收购失败>>

作者简介

丹泽尔·兰金(Denzil Rankine)是国际AMR的首席执行官，这是一个总部设立在伦敦并在美国和德国都有办事处的战略咨询公司。AMR商业尽职调查的专业水平在欧洲居于领先地位，商业尽职调查是关于目标公司的市场，市场地位以及公司发展前景的调查。

丹泽尔学习法律。在再保险行业从事两年多后，他开始了自己的咨询生涯，主要是专注于公司商业发展和收购方面的咨询。此后的四年中他访问了美国49个州，协助过无数欧洲公司在美国建立自己的市场。

<<收购失败>>

书籍目录

表目录

图目录

案例分析目录

导言

第一部分 有缺陷的商业逻辑

管理概述

第一章 本不该收购

第二章 错误战略

第三章 机会主义

第四章 没有考虑替代方案

第二部分 对新业务的不完全理解

管理概述

第五章 对市场判断有误

第六章 不理解业务模式

第七章 高估潜在的协同效应

第八章 尽职调查中漏掉的问题区域

第三部分 有缺陷的管理

管理概述

第九章 支付价格过高

第十章 无效谈判

第十一章 被收购程序牵制

第十二章 未提前制定整合计划

第四部分 有缺陷的整合管理

管理概述

第十三章 沟通不畅

第十四章 实施变革的错误步骤

第十五章 低估了任务的规模

第十六章 缺乏明确的领导

第五部分 有缺陷的公司发展

管理概述

第十七章 不恰当的措施改变

第十八章 未关注文化差异

第十九章 整合期间顾客被忽视

第二十章 整合期间忽略了自己的经营

附录成功并购备忘录

<<收购失败>>

章节摘录

泰斯科公司 (Tesco) 对威廉·罗公司 (William Low) 的收购表明了公司定价的随机性。由于萨斯伯利 (Sainsbury) 突然加入与泰斯科的竞购, 使得威廉·罗公司的股东多获得9300万英镑的收益。

萨斯伯利对外公布其目标并不在于对泰斯科的收购, 只是为了提高其竞争对手的收购价格。

到1994年初苏格兰超级市场店的每股价格下降到一个新的低点为止, 泰斯科的管理层观察威廉·罗的情况已经数年了。

1994年7月, 泰斯科对威廉·罗公司的首次报价是每股225便士。

这使得公司的价值为1.54亿英镑。

在报价高出威廉·罗作为独立公司的合理价格的基础上, 并且在霸菱公司 (Barings) 的建议下, 威廉·罗接受了该价格。

如果没有萨斯伯利的介入, 这本该是故事的结局了。

萨斯伯利的管理层认为泰斯科--其最主要的竞争对手--会以1.54亿英镑赢得这项交易。

为了使泰斯科的处境更为困难, 萨斯伯利不能静坐一旁让对手抢先, 它开出每股现金305便士的价格。

萨斯伯利的报价比泰斯科的报价高出35.5个百分点--使威廉·罗的价值达到2.1亿英镑。

尽管公众认为萨斯伯利的动机仅仅是为了提高威廉·罗的价格, 但泰斯科的顾问小组却认为如果萨斯伯利没有拿下这笔交易的意愿, 公司是不会介入竞购的。

泰斯科的管理层确信地区的占有率以及经验会使其处于最好的市场地位, 能够从威廉·罗那里获得最大价值。

第二次做出的报价仍旧是从商业角度考虑的, 但这次的价格高得使萨斯伯利不得不撤出竞标。

泰斯科的第二次报价是360便士, 高出首次报价的幅度不少于60%, 将苏格兰超级市场的价格定为2.47亿英镑。

这使得萨斯伯利很难再次提出竞购, 泰斯科最终完成了该项收购。

.....

<<收购失败>>

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>