

<<战略思考的第一本书>>

图书基本信息

书名：<<战略思考的第一本书>>

13位ISBN编号：9787810369275

10位ISBN编号：781036927X

出版时间：2005-2

出版时间：汕头大学出版社

作者：保罗·厄尔金

页数：151

字数：47000

译者：池欢欢

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>

<<战略思考的第一本书>>

内容概要

从高纬度、大视野、全方位——把握企业发展战略，规划前景。

从企业、竞争者、客户——分析企业经营。

从成本、效益、利润——评估组织结构。

如果你是企业管理者，那你是否拥有以下能力： 评估并提升企业业绩的技能 发掘企业内部的关键问题 成功执行企业的变革 实际运用策略分析和计划编制方法 在企业内部不断开拓进取 本书为影响企业未来发展方向的经理人和高级行政人员提供了必要的技能，需要掌握的实际方法包括：

策略思考 计划编制和目标设定 基准程序和市场分析 企业财务公析 企业评估和战略决策 管理上的执行和改革

<<战略思考的第一本书>>

作者简介

保罗·厄尔金，TMMI集团董事长，专长于商业发展策略和企业形象的咨询服务。他也是英国特许管理会计师公会会员和富有经验的经营顾问，担任过15年的企业高级管理人员，于1989年底成立TMMI集团。

他曾服务于AMEC建筑国际有限公事、宝马汽车、巴克莱银行、佳能、COW & GA

<<战略思考的第一本书>>

书籍目录

第1章 企业成功秘诀 实现企业稳定和增长 企业目标 成功企业 企业稳定第2章 策略分析 概述 环境分析 行业分析 SWOT分析 “从……到……”分析 问题根源分析第3章 市场分析 概述 市场分析——制定竞争策略 市场分析 策略事业单位分析 SBU分析：盈利 竞争对手分析 方向性政策矩阵 竞争定位：一般策略 竞争定润：差异化策略 差异化和价格第4章 “产量——成本——盈利”的关系 概述 边际收益法 产品和服务定价 成本分析第5章 组织分析 概述——迈向新成功 麦肯锡7S模式第6章 选择评估 概述 动力场分析 利益方分析 财务敏感度和评估风险 评估企业的发展选择第7章 策略领导 概述 使命的概念 总结——使命的内涵 领导方式：情境反应第8章 绩效评估 概述 策略性关键绩效指标 财务关键绩效指标 总结——建立蓝图 营运关键绩效指标 投资关键绩效指标 附加值第9章 新企业发展 企业发展的主要阶段

<<战略思考的第一本书>>

章节摘录

SWOT能使企业认识自身的优势和弱点,从而了解企业整体的内部 环境和发展目标。通过检视企业所面临的外部机会和威胁,也能够对企 业所处的外部环境作出判断。

应用 SWOT能进一步确定本章其他方法(例如环境分析和行业分析)所 发现的企业问题。下面列出一些需要关注的其他问题。

优势和弱点 金钱 企业的现金和盈利表现如何? 企业对市场需求的改变有多敏感? 固定成本和可变成本分别是多少? 企业哪个层次的运作尚未能达到收支相抵(也就是抵消成本和所 许诺的现金)? 管理 管理和组织结构如何? 这种管理方式是否适应需求? 经理层的技 能、专业、动力和积极性如何? 最高层的经营哲学是什么?为什么会做这一行? 公司的经营策略 和计划是什么? 员工 雇员的素质如何? 团队关系如何? 对员工的激励和奖励是否成功? 设备 工厂、车间和操作设备运作如何? 根据什么原则来更新设备? 是否认真执行这项原 则? 设备的使用程度如何? 产品质量处于什么水平? 楼房 楼房的条件如何? 能否适应 当前和未来的需要? 地点在哪里? 厂房或设备除了用来生产,还有哪些其他用途?对可变为不动 产的 价值产生什么影响? 库存 保持有多少库存?根据什么政策决定库存量? 存货周转的 情况如何? 现在正进行的工作有哪几个阶段? 库存和现在正进行的工作是否占用过多的资金? 是否有重复或废弃的库存? 本公司对供应商的定价有多少影响力? 业务的分布如何? 销售 量和边际利润各有多少? 基本顾客群有多牢固? 消费者满意度的趋势如何? 营销 市场渗 透率如何? 竞争优势在哪里?与对手如何区分? 消费者的背景如何? 谁是主要的竞争对手? 市场现状如何? 客户忠诚度如何? 消费者对定价的影响有多大? 财务 管理层是否掌握 财务状况? 掌握的财务资料是否实用和准确? 目前的财务制度及监控机制是否完善? 对业务 的规划、预算和预测是否妥当和精确? 机会和威胁 竞争力 竞争的激烈程度如何? 有新 对手想加入竞争行列吗? 本公司的市场地位是否稳固? 技术革新 技术不断革新对生产工序 和产品有何影响? 社会变革 人们改变生活方式对本公司和产品结构有什么影响?

<<战略思考的第一本书>>

编辑推荐

《市场分析入门必读》中市场竞争策略、分析、定位与赢利全景图谱。
学会了市场分析的技巧，你就知道客户到底想要什么！

<<战略思考的第一本书>>

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>