

<<科特勒混沌學>>

图书基本信息

书名：<<科特勒混沌學>>

13位ISBN编号：9789862291054

10位ISBN编号：9862291052

出版时间：2009/06/03

出版时间：三采文化出版事業有限公司

作者：Philip Kotler, John A. Caslione

页数：272

译者：游紫玲, 邱碧玲, 張勝峰

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>

<<科特勒混沌學>>

前言

全球經濟已邁入一個「動盪年代」的新紀元，唇齒相依的程度更甚以往。全球化結合科技，共創一個環環相扣的全新脆弱體。關於全球貿易成長和科技進步的正面意義是許多地區的生產成本大降；反之，在世上某一隅發生深具破壞力的經濟活動將可能反射全球各地，幾乎無一處可倖免。雖然盛世年代，天下一家共享榮景，人人皆大歡喜；但在亂世之際卻也因此牽一髮動全身，苦難與禍害往往如病毒般急速蔓延。

以上是我們身歷近一次全球經濟崩盤所感。企業領袖長與某種程度的風險與不確定相依相存，因而採取購置保險以防萬一的做法。但今日時局瞬息萬變，而且衝擊力道更是前所未見。這，才是「新常態」。

台灣的企業領袖如何在動盪中掌穩舵把？有些公司的因應之道是迅速削減成本。他們與供應商重啟減價談判、裁撤部分員工，並退回自家的「牆堡」內，有如鎖國一般；他們刪節行銷與業務預算，連同開發新產品的經費。他們的首要之務是活下來。

有些公司的做法則大相逕庭，可說是反其道而行。他們視危機為可遇不可求的良機，因為在承平時總是一面。台灣企業本質上屬於此類。

台灣重度倚賴高週期敏感度的貨物出口政策，因此2009年經濟發展將特別困難，進入2010年始見好轉。這個嚴厲考驗台灣的經濟逆境已凸顯追求永續改革勢在必行，唯此才得以提升在台灣經營事業的吸引力。台灣將啟用的第二個深水港與台北市中心僅幾分鐘車程之遙，這是可喜可賀的發展，也充分揭示台灣步步邁向強大的區域船運中心的企圖心。

近年來，台灣經營全球化企業的成果斐然，將業務觸角延伸至全球各地，因而打造出最成功的亞洲經濟體之一的地位。台灣較其他許多國家而言，日益加劇的動盪所創造的機會尤勝威脅，因為台灣企業家更可能視其為大展身手的機會，近而搶先同台競技的對手攫住時機，順勢取得競爭優勢。

我們所撰寫的《混沌學》提出一套經營之道的架構與系統，提供管理階層身處紛擾世界時參考。現今企業需要建構早期警示系統，以便更快速因應千變萬化的事件；他們也需要設想不同情境，以便當意外突發時得以適切反應；而且，這些企業需要善加管理個別部門的策略與戰術，以期更加靈活與即時反應。

我們深信，《混沌學》思維有助台灣企業的高階主管領軍發展，公司整體將變得反應更快速、體質更強健，而且得以更迅速恢復活力。由此以往，當他們處於紛擾與混亂日益加劇的「動盪年代」中，這種轉變將賦予整體承受更高風險與不確定的能力。

菲利浦·科特勒 & 約翰·卡斯林

<<科特勒混沌學>>

內容概要

當動盪的經濟成為一種常態，亂的時代，你就需要「治亂」的管理方案；行銷戰略大師科特勒要帶領你掌握金融崩壞曲線，重新奠定贏的利基！

二〇〇八年的金融海嘯餘波盪漾，小自企業、產業，大至整個市場都在風雨飄搖中，僅有一息尚存，有些更已經不復存在。

風暴卻仍方興未艾。

知名商務策劃師菲利浦·科特勒及約翰·卡斯林認為：這些混亂的時代並非脫序失常，卻是「常態」的新面貌；事實上，全世界已經被全球主義和新科技緊緊相連，因此在這「動盪年代」中，任何風險或機會都會迅速影響全球，而經濟衰退只是這不斷反覆擺盪的「動盪年代」的一部分。

由科特勒與卡斯林共同提出的「混沌管理機制」(Chaotics Management System)，告訴我們如何減少弱點並善用機會——洞察先機，把那些仍陷於老舊恐慌模式中，只知道裁員、大打折扣戰和削減行銷、品牌經營，以及新產品研發預算的競爭者們遠遠拋在身後。

本書舉出眾多實例，檢視那些適應力強的企業如何成功在風暴中挺進，而已經破產或即將成為過去式的公司，又為何受混亂擊倒；《科特勒混沌學》提供在目前衰退的經濟中求生存，甚至在前景起伏不定、時而繁榮時而蕭條的大環境中，仍能逆勢成長的實用策略。

<<科特勒混沌學>>

作者簡介

菲利浦·科特勒 (Philip Kotler) 全球最重要的行銷戰略策略專家之一，曾被美國行銷協會 (the American Marketing Association) 選為第一屆的行銷思想領袖 (Leader in Marketing Thought) 。他是美國西北大學凱洛格管理研究所 (Kellogg School of Management at Northwestern University) 的莊臣國際行銷學名譽教授 (S. C. Johnson Distinguished Professor) ，並著有包括行銷領域最著名的教科書《行銷管理》 (Marketing Management) 等多本影響深遠的書。

他目前居住於美國伊利諾州的格倫科鄉。

約翰·卡斯林 (John A. Caslione) 全世界最有成就的商務策劃師之一，曾在眾多中大型企業擔任過顧問，在六大洲八十八個國家中執行過全球性商務發展策略。

他是擅長於全球兼併和收購的GCS國際公司的創立人、總裁和執行長；目前住在美國伊利諾州的森之湖市。

<<科特勒混沌學>>

書籍目錄

序言導讀：認識新挑戰第1章 新經濟階段：從常態到動盪何謂市場動盪？
造成混沌的因素結論第2章 危及企業命脈的錯誤決策做出破壞核心策略與文化的資源分配決定「全面刪減開銷」與「有重點且經精密評估的削減」維持現金流通、讓大股東面臨風險的權宜之計削減行銷、建立新品牌及新產品研發之費用減少促銷及給予優惠價格降低銷售的相關費用而與顧客脫節在金融危機時削減訓練及發展費用低估供應廠商和經銷商的價值結論第3章 混亂模式：弱點與機會管理發展「預警機制」（Early Warning System, EWS）構想關鍵情境情境及策略抉擇結論第4章 為迅速復原設計的管理系統混沌管理機制財務和資訊科技部門生產和營運部門採購和採辦部門人力資源部門結論第5章 為迅速復原設計的行銷系統因應危機的行銷方案因應危機的策略性行銷行銷部門面臨的營運問題行銷部門面對的作業問題結論第6章 在亂世中開枝散葉：達到企業永續性企業永續經營結論
致謝注釋

<<科特勒混沌學>>

章节摘录

這本書在談什麼？

每個企業經營者都有他自己的世界觀，以及一套因應預期市場改變的習慣；他們的觀點，以最簡單的話來說，不外乎把正常時期看作是成長失控和持續繁榮的前兆、把疲弱時期看成需求減少和可能進入衰退的前兆。

企業在面對不同的市場狀況時有不同的劇本：在正常時期，他們採取進攻和防衛混用的劇本在市場上競爭，但可能沒有大贏；在成長失控時期，他們則處處看到新的機會；他們自由地投資和花費，獲取能得到的利益；在不景氣時則減少支出以確保生存。

然而這種「市場有兩種基本情況，而以兩套劇本經營公司」的觀點已經落伍了。

除了這兩種基本情況之外，還有好多種：情況會忽然從一種轉變成另一種，或者再轉變成另一種。

一天是發生九一一恐怖攻擊，另一天是卡崔娜颶風肆虐，一天是對導致世界金融體系崩潰的房貸風暴恐慌。

在彼此聯結日益密切、極為仰賴龐大的貿易和資訊流通的全球經濟體系的今日，巨大的震撼也愈來愈常發生。

這種震撼以不同的形態和規模出現。

在世界許多地區，橫跨許多產業，一些重要的事正在發生，但它們的重要性我們只能隱約地察覺，而且很明顯地，我們並未衡量它們可能帶來的後果：那可能是兩個人在車庫架了一個玩意叫做個人電腦。

那可能是一個名喚傑夫·貝佐斯（Jeff Bezos）的傢伙，開始一項名為「亞馬遜」的網路生意，或是另一個叫史蒂夫·賈伯斯（Steve Jobs）的人，發明了iPhone。

那可能是某個想出高獲利基金的人，或另一個將不動產貸款證券化的人。

如果電腦、出版、影音和金融產業能注意到這些奇謀異想，他們就能提早採取行動來維護各自的地盤，或攫取新的機會。

企業領導者需要新的世界觀、新的架構來因應變化，而根據這個新的觀點，改變時時在發生：它可以從世界任何一個角落迅速崛起，然後對任何一家公司帶來巨大的衝擊。

這種觀點首先在彼得·杜拉克（Peter Drucker）的著作《不連續的時代》（The Age of Discontinuity）中被提出，引起我們的注意。

這是葛洛夫在他的《十倍速時代》闡述的觀點、美國前聯準會理事主席葛林斯潘在《我們的新世界》提出的觀點、也是克雷頓·克里斯汀生（Clayton Christensen）在他的《企業革新和破壞性技術》

（Business Innovation and Disruptive Technology）裡的觀點。

這也是我們的觀點，我們相信因為會出現破壞性革新和不預期的巨大震撼，今日的企業管理，比起以前有更多風險和不確定性。

企業領導者總是活在一些風險和不確定性當中，因此得採取保險措施、盡可能地降低損害。

但是今日，改變的速度和震撼的幅度比以往都大，這已經不是過去的正常狀態了，這是新常態；它除了破壞性革新外，還涵括了巨大的震盪。

那麼企業領導者要如何面對這種局勢呢？

由於他們必須在更劇烈的動盪時期管理事業，因此需要一套機制來作出更好的決策。

他們需要一套管理架構和機制來因應亂局；他們需要一套「混沌管理機制」。

我們在世界任何一個地方遇見的企業領袖和政府領導者，幾乎都感覺到這次的金融風暴不一樣，即使他們不能明確指出，是什麼使它變得不一樣。

但正如你將在第一章讀到的，當我們和這些領導者解釋他們已經進入一個新常態，在可預見的未來，舊的二循環常態——景氣向上和向下——已經不會再回來時，他們通常會表示贊同。

這些企業領導者體認到，我們已經進入不斷動盪和極度混亂的時代。

他們的認知通常伴隨著一種獲得紓解的感覺：他們現在終於能講清楚自己體認到的事了，卻也開始擔心傳統的景氣向上循環這次可能不再出現，好日子回不來了——至少不再像過去那樣。

這就是我們撰寫本書的原因。

<<科特勒混沌學>>

在第一章，我將釐清造成高度動盪的多重因素。

面對這些因素，企業領導者們需要重建思想，採取新的策略性作法，將損害降至最低，並在新常態時期充分把握住他們的機會。

在第二章，我們將解釋，在過去景氣向下循環時期，企業領導者所犯的一些錯誤可能只是不見得對企業有幫助；但是在這個新時代，如果他們不能作調整，繼續犯同樣的錯誤，不只會對自己的企業造成傷害，甚至還會害它倒閉。

在第三章，我們將介紹「混沌管理機制」（Chaotics Management System），它將提供企業領導者一份調整指南，例如增設全新且關鍵的內部流程，讓企業在面對周遭改變時能成功運作，有較好的認知及因應措施；本書將提供指導原則，幫助企業建立預警系統來偵測環境變動，並建構預想狀況及因應策略。

本書將讓企業擁有強健的組織，能更有魄力和效率地處理升高的動盪。

在第四章，我們將描述企業組織裡每個關鍵管理功能所需具備的新策略性行為，以求改善短期表現，又不危及中長期績效。

在第五章，我們將提供一個概略的路線圖，來說明在動盪時代，企業即使有刪減預算的壓力，仍能改善和強化他們的銷售行為和策略，以擁有更多更忠實的顧客，來為一個更美好更長久的將來打下基礎。

最後在第六章，我們將概略地描述企業領導者要如何維持短期和中長期需求的平衡，以保護並建設成功的企業，好讓企業能永續經營，邁進未來。

我們堅信本書能提供企業領導者一些重要的新見識、新觀點和一個新機制，包括一套新的策略性行為和工具，以便在這個新時代——動盪年代，順利地航行在無法預測、不穩定的洪流上。

<<科特勒混沌學>>

編輯推薦

第1章：就現行市場，分析並找出動盪形成的各種因素。

如果企業領導人想要減低傷害以及快速且系統性地增加自身的機會，就必須採取新的策略行為。

第2章：分析企業經理人在遭遇景氣衰退和經濟動盪時的急就章對策，會如何傷害公司的長期生存，並提出糾正弱點，同時發現、掌握新機的策略。

第3章：哪怕是有智慧、經驗豐富的管理人員，仍會受到現況所驚嚇；作者藉由提供指引、建立早期預警系統、構築預見情境和策略，提供增強組織力量的治亂方法。

第4章：討論了組織內的每種管理工具應如何調整，以改善公司的短期和長期業績。

第5章：在面臨削減預算的壓力時，如何才能提升市場行銷和銷售工具的效力。

第6章：公司應如何平衡短期與長期發展，趁機建立一個讓客戶感到忠誠，並有熱情為公司宣傳，吸引與贏得客戶好口碑的方法。

作者簡介 菲利浦·科特勒（Philip Kotler） 全球最重要的行銷戰略策略專家之一，曾被美國行銷協會（the American Marketing Association）選為第一屆的行銷思想領袖（Leader in Marketing Thought）。

他是美國西北大學凱洛格管理研究所（Kellogg School of Management at Northwestern University）的莊臣國際行銷學名譽教授（S. C. Johnson Distinguished Professor），並著有包括行銷領域最著名的教科書《行銷管理》（Marketing Management）等多本影響深遠的書。

他目前居住於美國伊利諾州的格倫科鄉。

約翰·卡斯林（John A. Caslione） 全世界最有成就的商務策劃師之一，曾在眾多中大型企業擔任過顧問，在六大洲八十八個國家中執行過全球性商務發展策略。

他是擅長於全球兼併和收購的GCS國際公司的創始人、總裁和執行長；目前住在美國伊利諾州的森之湖市。

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>