

<<大王的思考>>

图书基本信息

书名：<<大王的思考>>

13位ISBN编号：9789866617270

10位ISBN编号：9866617270

出版时间：御書房出版有限公司

作者：唐·麥德赫 著

页数：317

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>

<<大王的思考>>

前言

前言 商業的智慧膠囊 這是一個“無商不在”的時代，也是一個經濟主導萬事的時代。

商業時代，交易是激烈競爭下的生存本質，聰明的交易，才有贏家的結果。

如何每一次的交易中取得勝利的先機，不輸的籌碼，又如何在此詭譎多變的商戰中、職涯裡，屹立穩存？

如何商業團隊的整合中，建立最高戰力？

這是商學院一再研究的課題。

當哈佛商學院提出「案例研究」的觀念，希望從實際商業案例的剖析中，找到足啟來者的經驗值時候，就成了商界風行景從的學習觀念。

而另一方面，各種商業理論與工具的提出，並未因此式微，所有的學界、產業界提出的各項學理與實例都讓“商業學”的面貌益發複雜。

商業學領域，原本就是一所永遠無法取得畢業證書的大學，原因是，變數太多、可控性太低，今日之成，或許就種下明日衰敗之因。

因此市場淘洗之快，常讓業者惴惴不安。

例如，20世紀初期的美國前一百大企業，而今僅剩16家。

1970年財星五百大企業，到了1980年代高達1/3不復存在，而1980年代財星五百大企業中，高達230家不在名單之上。

幾乎是一半的比率。

所以它告訴我們，規模與聲譽都不足以令公司長治久安。

商業環境變化之鉅，著實非常驚人。

《追求卓越》這本書的作者華特曼和畢特士，曾經在80年代初期提出，「美國現在的問題是，我們太迷信管理工具，這掩蓋了我們明顯忽視管理是個藝術的事實。」

這是一句重要警語。

商業講究管理，無論是涉及哪種商業層面的管理，但重要的是，商業確實不是由數字堆砌出來的「數學管理」，而應該是如華特曼和畢特士所說的，管理是項藝術，既是藝術，就是哲學。

商業若是哲學，哲學就不能脫離人的思考、情緒、與人性，於是當我們從人的角度切入理解的時候，才會發現，其實管理或者說商業的競逐成果，往往是因人而異的，即使使用的是同一套制度或是管理工具。

很多商場有成者，可能具有不同的思考、或者有獨特的人格特質，而使得他在某一時某一地，取得了經營的績效。

這些殊勝的個人案例，就成了我的商場生涯中，長年保持吸收與記載的對象。

我是個愛好閱讀者，每年平均閱讀200-300本的書籍，每一本書的閱讀中，我一定會紀錄下睿智的觀念、精采的橋段、以及領導者決策時的重大思維，這些案例對我的職場生涯發生過莫大的幫助。

今天我已從商場退休，但對啟發性的個人故事興趣依舊不減，也期盼能累積更多的智慧，藉以自我提醒與提升。

出版書籍對我是偶然的機緣，特別感謝御出版公司張發行人的敦勉，經他的多次建言，我決定將這些多年閱讀所記錄下的故事筆記，公開分享給讀者，期能智慧薪傳、以書益智，真正成為張先生期許的“智慧膠囊”功能：即每一篇的閱讀都能有所增益，並能以短篇書寫型式，裨益讀者的效率理解與吸收。

書中各篇故事均來自我的閱讀所記錄，而非網路上的整編集結，相信這是絕無僅有的罕見商業書籍，也是高知識含量的書籍，閱讀是最聰明的交易，透過書中這些前人的智慧，能幫助所有商場與職場的讀者，在無商不在的時代，經由觀摩思考，從而內化成自己未來競爭的利器。

Don McDoheu 寫于飛歐途中

<<大王的思考>>

內容概要

本書涵蓋多元面向 一流的企業領袖：比爾蓋茲、麥可戴爾、錢伯斯、稻盛和夫、菲奧莉納、賈伯斯、李嘉誠、傑克威爾許、松下幸之助、盛田昭夫、鈴木敏郎、玫琳凱等。

一流的世界企業：微軟、戴爾電腦、蘋果電腦、路易威登、萊雅集團、日本7-11、思科系統公司、星巴克、沃爾瑪、宜家、麥當勞、迪士尼、麥肯錫公司、耐吉、IBM等。

一流專家學者：彼得杜拉克、大前研一、神田昌典、帕克·慕羅、詹姆斯·柯林斯、傑利·薄樂斯、麥可波特、阿爾溫托夫勒等。

最多元商業學：管理學、人才學、行銷學、領導學、物流學、趨勢學、電子商務、品管學、客戶學等。

最多議題觀念：連鎖經營、併購、商業模式、商業謀略、創新模式、創業思考、展店模式等。

總編輯筆記 「這是一本極為罕見、蘊藏高知識含量的絕佳書籍。

我們常說，一本書可以留下一個智慧。

那這本書留下的，會是150個智慧。

」 ---總編輯的話 【前言】商業的智慧膠囊 這是一個“無商不在”的時代，也是一個經濟主導萬事的時代。

商業時代，交易是激烈競爭下的生存本質，聰明的交易，才有贏家的結果。

如何每一次的交易中取得勝利的先機，不輸的籌碼，又如何在此詭譎多變的商戰中、職涯裡，屹立穩存？

如何商業團隊的整合中，建立最高戰力？

這是商學院一再研究的課題。

當哈佛商學院提出「案例研究」的觀念，希望從實際商業案例的剖析中，找到足啟來者的經驗值時候，就成了商界風行景從的學習觀念。

而另一方面，各種商業理論與工具的提出，並未因此式微，所有的學界、產業界提出的各項學理與實例都讓“商業學”的面貌益發複雜。

商業學領域，原本就是一所永遠無法取得畢業證書的大學，原因是，變數太多、可控性太低，今日之成，或許就種下明日衰敗之因。

因此市場淘洗之快，常讓業者惴惴不安。

例如，20世紀初期的美國前一百大企業，而今僅剩16家。

1970年財星五百大企業，到了1980年代高達1/3不復存在，而1980年代財星五百大企業中，高達230家不在名單之上。

幾乎是一半的比率。

所以它告訴我們，規模與聲譽都不足以令公司長治久安。

商業環境變化之鉅，著實非常驚人。

《追求卓越》這本書的作者華特曼和畢特士，曾經在80年代初期提出，「美國現在的問題是，我們太迷信管理工具，這掩蓋了我們明顯忽視管理是個藝術的事實。

」這是一句重要警語。

商業講究管理，無論是涉及哪種商業層面的管理，但重要的是，商業確實不是由數字堆砌出來的「數學管理」，而應該是如華特曼和畢特士所說的，管理是項藝術，既是藝術，就是哲學。

商業若是哲學，哲學就不能脫離人的思考、情緒、與人性，於是當我們從人的角度切入理解的時候，才會發現，其實管理或者說商業的競逐成果，往往是因人而異的，即使使用的是同一套制度或是管理工具。

很多商場有成者，可能具有不同的思考、或者有獨特的人格特質，而使得他在某一時某一地，取得了經營的績效。

這些殊勝的個人案例，就成了我的商場生涯中，長年保持吸收與記載的對象。

我是個愛好閱讀者，每年平均閱讀200-300本的書籍，每一本書的閱讀中，我一定會紀錄下睿智的觀念、精采的橋段、以及領導者決策時的重大思維，這些案例對我的職場生涯發生過莫大的幫助。

<<大王的思考>>

今天我已從商場退休，但對啟發性的個人故事興趣依舊不減，也期盼能累積更多的智慧，藉以自我提醒與提升。

出版書籍對我是偶然的機緣，特別感謝御出版公司張發行人的敦勉，經他的多次建言，我決定將這些多年閱讀所記錄下的故事筆記，公開分享給讀者，期能智慧薪傳、以書益智，真正成為張先生期許的“智慧膠囊”功能：即每一篇的閱讀都能有所增益，並能以短篇書寫型式，裨益讀者的效率理解與吸收。

書中各篇故事均來自我的閱讀所記錄，而非網路上的整編集結，相信這是絕無僅有的罕見商業書籍，也是高知識含量的書籍，閱讀是最聰明的交易，透過書中這些前人的智慧，能幫助所有商場與職場的讀者，在無商不在的時代，經由觀摩思考，從而內化成自己未來競爭的利器。

Don McDoheu 寫于飛歐途中

<<大王的思考>>

作者简介

商業人文書籍作家 加拿大籍華人 擔任過多家企業領導者， 現為獨立產業觀察者。
第一本書籍問世後，媒體邀訪索書不斷，引起熱烈迴響。
鑽研領域主要包括：宏觀趨勢、成功學、文創產業。
著有《217/242：發現致富的必然率》

<<大王的思考>>

書籍目錄

【目錄】【前言】商業的智慧膠囊Chapter 1：人資篇Person capital設計人才的管理 / 給員工的榮譽方式---冠名權 / 面試最好的問題是？
 / 商業與藝術的互補 / 用比自己高明的人 / 豪傑低首，國乃可久 / 空降，帶領公司轉型 / 讓前線員工擁有高度自主權 / 從TQM到TEM / 坎普拉的節儉學 / 時尚獵人 / 設法留住好員工 / 未來必備的關鍵能力 / 升級，而非標準化 / 大前研一求職記 / 三位候補人選的故事 / 少年麥可?戴爾 / 用人標準 / 玫琳凱的獎品 / 錢伯斯的領略 / 「人」比「消費者」重要 / 購併，其實要買的是？
 / 你在職場上市了沒？
 / 智慧資本主義者 / 大師如是說：「報時者」和「造鐘者」 / 兩個問句---麥肯錫的思維訓練 / 撼動人心的成功Chapter 2：領導篇leadership管理出錯的員工 / 大企業的「小時候」 / 最經典的領導學詮釋 / 企業的定義---創造消費者 / 如何界定對手—蓋茲的觀點 / 股票選擇權該給誰---巴菲特的觀點 / 誰該掃地？
 / 首富每天看的名言 / 菲奧莉納的“溝通學句型” / 艾斯納的領導四大支柱 / 管理的「內圈」與「外圈」 / 企業家的學習心態 / 以敵為師的沃爾瑪百貨 / 關於衝突，東西有別 / 問題，要釐清 / 盛田昭夫的私人俱樂部 / 當經營之神無法決策時 / 王安的商業啟示 / 流程優化的Zara / 電子時代的商務觀念 / 一元執行長的無盡價值 / BHAG：願景的樹立 / 「面對面」依然重要 / 亨利福特的啟示 / 枕與鞋的智慧 / 牧羊人的智慧 / 百元條例 / 管理學之父的言外之意 / 前進美國四百次Chapter3：營銷篇 Marketing在印度泡麥片 / 雅虎登廣告的地方 / 後發先至的啟示 / 弘法=行銷 / 擠出利潤的漸進思考 / 行銷聖杯：生活行為模式 / 行銷怎麼做？
 娃哈哈集團故事 / 重建之神看行銷定義 / 與第一名掛勾的老二哲學 / 病毒宣傳 / 賣可樂與賣漢堡哪裡不同？
 / 賣冰箱給愛斯基摩人 / 與顧客搏感情的藝術 / 拉丁美洲人買車 / 耐吉的游擊戰 / 商人就是教育家 / 產品要會說方言 / 從Market share 到 Mind share / 口香糖咀嚼的次數 Chapter 4：經管篇Management公司像公車 / 重溫創業的初心 / 管理精髓：火與水的並存 / 日本企業經營之聖的鐵律 / 工匠精神---手工的溫度 / 一步到位，以客為尊 / 善用群眾外包智慧 / 賓至如歸的服務 / 松下幸之助的「產品觀」 / 中心變了：經營轉型觀念 / 先做朋友再做生意 / 價值比價格更重要 / 將訂購權力下放 / 整組納入的合作模式 / 千方百計找合作 / 顧客不會告訴你的事 / 細膩要求與精緻服務 / 運輸業也可以加盟 / 這才是以客為尊 / 關於“市場小”這件事 / 經營的四本柱 / 私釀酒法則 / 無印良品精神 / 檢測實驗，一流企業都做的事 / 現場經營力：沃爾瑪成功關鍵 / 十年，可以是經營的「一單位」 / 你不知道沃爾瑪下的苦工 / 時間進行思考管理 / 善於利用外包 + 虛擬 / 多贏省本的經營模式 / 勤儉持家 / 企業總部大樓症候群 / 界定競爭者 / 加盟事業問的五件事 / 日本7-11的品質學 / 密集開店的模式 / 五力分析 / 企業的真正產品 / 科技業的麥當勞 / 麥當勞大學 / 絕對學院 / 別人的現況，是我們的過去 / 文化是重中之重 / 企業運作以爵士樂團為師 / 抬頭的哲學 Chapter 5：創想篇creative thinking創新領域沒有大師 / Brain-mining，腦力開發是硬道理 / 夢想，引領星巴克的誕生 / 群眾的智慧 / 商業高手的定義 / 娃哈哈的智略----如何收到貨款？
 / 成本最低的業績跳躍法 / 小小改變，大大不同 / 百萬批評懸賞 / 好的點子未必合用 / 布蘭森的商业奇思 / 賣場還是買場？
 / 企業研發方向如何尋找？
 / 善用挫折，締造意外的價值 / 網海渡口 / 電腦之母的座右銘 / 無聊，就是一種商機 / 看台專用鞋？
 / 成熟技術的水平思考 / 商業模式：創新的集大成 / 恐怖小說衛生紙 / 二十一世紀的商业命脈：創意 / 改寫勞資雙方的怪才 / 銀行外送 / 擴大參與的例子 / 制高點思考法 / 最豐富的資源是什麼？

<<大王的思考>>

章節摘錄

引言 同行，未必是真正的競爭對手。

當眼界不同的時候，鎖定的假想敵也會不同，而「對手不同，決定企業的不同格局」我在筆記本上這麼寫道。

如何界定對手—蓋茲的觀點 多年前我從刊物上讀到一則小故事，很令人深刻，時時放在我的心裡。

這是富比士雜誌 Forbes 的發行人李奇·卡爾葛 Rich Karlgaard 所披露一次與比爾蓋茲的對話。

卡爾葛有一回與蓋茲兩人同搭飛機，飛行中，他突然問蓋茲，「你最擔心的競爭對手是誰？」蓋茲回答的是「高盛 Goldman Sachs」。

這個答案令他驚訝。

卡爾葛心想這是獨家新聞嗎？

難道軟體鉅子要「跨足金融業？」

他問蓋茲。

「不是」蓋茲說，「我指的是人才的競爭，軟體業是攸關於腦袋的事業。

微軟必須要贏得腦袋的爭奪戰爭。

我不擔心蓮花公司 Lotus、或是IBM。

因為聰明的人才，寧可為微軟效力。

」他的認為是，競逐人才的嚴厲對手，是像高盛或是摩根史坦利 Morgan Stanley 這類頂尖的金融業者。

【結論】許多企業領導人總是經爭的對手，放在同業的身上。

但被雜誌披露的比爾蓋茲這篇小故事，顯示出一流企業家的想法確實不同，蓋茲不以為對手是來自軟體同業，而是真正能夠吸引人才的企業，才是可怕的對手。

不只微軟，所有企業都在搶人才，因為人才是最重要的資產。

【內容試閱二】 引言 面對拒絕與打擊，你會顧影自憐，還是迎面反擊？

那方法呢？

這是我非常非常欣賞的一則故事，證明了布蘭森這人，真是個商業奇才。

布蘭森的商業奇思 在我的筆記本裡有著這樣一則故事，每次翻閱到此，總會讓我心生突破困境的力量，感到方法真是人想出來的。

1984年創立的維京航空，如今是英國第二大國際航空公司，並連續多年獲得「年度優良航空公司」的榮譽；但這間公司也曾受挫於不景氣，只為了想融資1,000萬美元加裝機上設備而四處碰壁。

當時，維京集團老闆理查·布蘭森（Richard Branson）想要在維珍航空公司的經濟艙上提供椅背上的影片娛樂，好增加賣點，提高客戶服務，當然也因此可強化了維珍航空作為業界創新者的角色。

然而因為當時的經濟不景氣，布蘭森在他的自傳—「維珍旋風」 Losing my virginity: how I've had fun and made a fortune doing business my way 中提到，他找不到銀行來融資一千萬美金好整修維珍的飛機。

許多經理人在這個時候多半會放棄，然後怪罪經濟環境不好借不到錢；但是，布蘭森想出另外一個解套的方法。

一千萬美金不是小數字，但要怎麼找錢呢？

布蘭森打電話給當時波音公司 Boeing 菲爾·康迪特 Phil Condit)問道：「如果我向你買十架新飛機，你願意在椅背上『加裝』影片娛樂系統嗎？」

當時可能因為經濟景況不好，所以根本就沒人訂購飛機。

因此，聽到提議的波音公司，當然非常樂意接受這樣的條件。

而布蘭森又接著打電話給空中巴士 Airbus 洽談條件。

兩家航空公司自然得競相提供更好的條件來博取布蘭森這位大買家的青睞。

聰明的布蘭森以“買大送小”的想法，成功地為飛機椅背上的影片娛樂解了套。

分析起來，以當時的經濟環境，布蘭森沒有辦法為影片娛樂系統舉債融資到一千萬美金，但對他來說

<<大王的思考>>

，好吧，既然銀行不借我錢，那我索性就以更大的買賣來包裝。
這樣一來，一千萬美金霎時間就變成一小部分的錢而已，相對購買飛機的金額來說，娛樂設施顯得微不足道。

買飛機，送椅背後的娛樂影片，對亟需訂單的波音公司來說，是非常樂意之舉。

而後來布蘭森更宣稱，他購買這批飛機價格之低，空前絕後。

聰明的他以更高的視野與作法，不只解決了融資障礙，還提升高維珍航空的競爭力。

<<大王的思考>>

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>