

# 《安达信的目标Z：应变未来的企业规划》

## 图书基本信息

书名：《安达信的目标Z：应变未来的企业规划》

13位ISBN编号：9787111081418

10位ISBN编号：7111081412

出版时间：2000-08

出版社：机械工业出版社

作者：巴尔多克

页数：314 页

译者：战凤梅

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《安达信的目标Z：应变未来的企业规划》

## 内容概要

“目标Z”是世界著名的咨询公司安达信顾问公司设计发明的一种棋盘游戏，由公司内部所有制定战略及计划的有关人员参加，通过回答以下4个基本问题形成基本的规划：

我们现在所处的位置如何？

在若干年内，我们需要成为什么样的公司 目标Z？

要想达到这个目标需要做什么？

我们如何去做那些必须做的事？

通过游戏，阐述公司在进行方案规划中应注意采取的措施：

公司需要变得更加灵活。

在有潜力的、看好的新商业领域中，公司要“下水”尝试而不仅仅是把一个脚趾头放入水中。

公司要了解自己的核心能力。

方案要灵活。要不断调整。

公司应通过雇佣不同背景的员工产生思维的碰撞与火花。

# 《安达信的目标Z：应变未来的企业规划》

## 作者简介

# 《安达信的目标Z：应变未来的企业规划》

## 书籍目录

- 译者序
- 作者简介
- 致谢
- 概述
- 推动变革的力量
- 信息社会
- 信息技术产生的影响
- 恐惧与无常的感觉
- 现在发生了什么变化
- 为什么发生这些变化
- 预测那些不可预测的事物
- 方案设计
- 五种方案
- 怎么办
- 第1章 围墙倒了
  - 1.1 范围在扩大
  - 1.2 创造新的价值要求
  - 1.3 虚拟化的世界
  - 1.4 与消费者更接近
  - 1.5 兼并、收购与企业分解
  - 1.6 战略联合
  - 1.7 包销
  - 1.8 不断扩大的全球化
  - 1.9 新竞争者进入老市场
  - 1.10 按客户要求制造产品
  - 1.11 完整的循环
  - 1.12 小结
- 第2章 围墙倒塌的原因
  - 2.1 消费者的拉动作用
  - 2.2 消费者的习惯
  - 2.3 消费者的价值观
  - 2.4 消费者的人口状况
  - 2.5 供应商的推动力量
  - 2.6 日益激烈的竞争
  - 2.7 管制
  - 2.8 变化的步伐
  - 2.9 为什么是在现在
  - 2.10 小结
- 第3章 预测不可知的未来
  - 3.1 方案规划的发展史
  - 3.2 预测的失灵
  - 3.3 思考的新方式
  - 3.4 处变不惊和永恒的变化
  - 3.5 面对当今的商业世界做出规划
  - 3.6 使用这种工具
  - 3.7 安达信顾问公司制定方案之道
  - 3.8 方案简介

3.9 未尽之言

3.10 小结

2008年

第4章 逐日

4.1 消费者

4.2 市场

4.3 行业

4.4 今天的“龙头”公司

4.5 巴克莱广场

4.6 叫“BG”的公司

4.7 英国电信和综合性服务

4.8 成功的条件

4.9 预先警示信号

4.10 小结

第5章 崛起的“系列”

5.1 经济

5.2 消费者

5.3 市场

5.4 行业

5.5 知名的公司在做什么

5.6 公司成功的因素

5.7 预先警示信号

5.8 小结

第6章 商业恐龙

6.1 消费者

6.2 市场

6.3 管制

6.4 行业

6.5 知名公司在做什么

6.6 公司怎样取得成功

6.7 预先警示信号

6.8 小结

第7章 卓越与联合

7.1 消费者

7.2 市场

7.3 行业

7.4 市场的领导者们在做什么

7.5 成功需要什么

7.6 预先警示信号

7.7 小结

第8章 晴天霹雳

8.1 消费者

8.2 市场

8.3 供应商是什么样子

8.4 福特和其他公司在做什么

8.5 预先警示信号

8.6 小结

今日

第9章 各个行业应当怎么办

# 《安达信的目标Z：应变未来的企业规划》

9.1 保持灵活性

9.2 “下水”尝试

9.3 理解核心能力

9.4 坚持始终的监控

9.5 从外部引入新观点

9.6 “目标Z”

9.7 小结

附录A “目标Z” 游戏

A.1 游戏前的准备

A.2 我们现在所处的位置如何

A.3 我们在未来着于年内需要做什么

A.4 我们需要做什么

A.5 采用什么办法来实现“目标Z”

# 《安达信的目标Z：应变未来的企业规划》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)