

《随时卖掉你的公司》

图书基本信息

《随时卖掉你的公司》

内容概要

在公司经营中，创始人需要抱有让它基业长青的信念，不断增加价值，但也需要给予自己的未来不限选择的机会——

当有买家出现时，你可以抽身退出，你的企业随时可以出售；

或者，雇一位经理，自己则登上董事长的宝座，努力打造一家没有你也能长期运营的企业。

本书中，作者通过讲述轻松愉悦的故事，将大家所关注的上述问题娓娓道来。故事主人公亚历克斯和特德的原型来自于作者十多年小企业市场积累的经验。为了摆脱公司混乱不堪、自己疲于奔命的局面，亚历克斯在前辈特德的帮助下一步步对企业进行改造：

找出公司最具发展潜力的产品和服务；

标准化产品的流程，以便员工独立开展工作；

改良现金循环流，让企业价值提升；

建立长效激励机制，稳定企业管理层；

.....

最终，亚历克斯将公司卖出了理想价格，实现了梦寐以求的人生和财务自由！

无论身处哪个行业，通读这本书，可以使你更加懂得如何打造一家离开你也能独立运作的好公司！

《随时卖掉你的公司》

精彩短评

1、 1.努力拥有自己的特性和无可取代性 2.将一切流程化 3.使一切可循环

2、 还是那句老话，离开你不会死的公司才是创业的目标。

创业的目标某种意义上也是要做到能够完美出售才算成功，书中给出了十七条箴言，最后部分给出了创办这样公司的建议。

书中通过故事，倒霉主角+牛逼导师的传统模式，最后成功出售公司获利。比较有意思

3、 打造一家离开你也能独立运作的企业。简单易读，推荐。

4、 1豆读

5、 专注于“可以卖掉的公司”，很有启发性。

6、 对公司真正的价值做了很好的分析，尤其是使用故事写法，曲折动人，相当有分量的小册子！

7、 一晚上看完，算是提供一个新思路。

《随时卖掉你的公司》

精彩书评

1、以故事的方式来讲述如何确定商业模式，销售，人员选聘，管理，财务等方面去创造一家离开任何人都不会影响的公司，也是最健康的公司。记得德鲁克曾经说过，如果一个组织依赖于某个人，那这个人就应该走（原句不记得了）。这本书也包含这个道理，过分依赖于你只会让他们无法自己运作，无法打造一个公司内部的“生态系统”，自然也不“健康”了。不过我觉得这本书只是挑选一部分问题的一部分解决方法，现实的问题比书更为复杂且难解决，但是道理是通用的。浅显易懂，无法抽身的人值得一读。

2、买这本书的时候，只是觉得这本书涉及的主题比较少见。尽管我没有公司可卖，可是觉得里面的故事也很有意思。细读之下，才感受到这本书发人深省，因为它讲述的并不真是怎么卖掉你的公司，而是怎么建立和经营你的公司。就跟这本书原来的英文名《Built to Sell》一样。重点应该是Built，而不是Sell吧。作者选取的视角很特别，故事的主人公是一家挣扎中的小型设计公司创始人亚历克斯。从设计业出身的我，对这行还满了解的。客户难以取悦，人才流失严重，挖角困难，更不用提市场竞争激烈，利润不一定很高了。这样的公司，算是一个可出售的企业吗？它并非具有重型装备和车间的制造业，生产出来的产品难以标准定价，公司的创始人/老板往往也是主创者和公司的灵魂。一旦他离开，剩余的价值还有多少？还会有其他企业愿意收购吗？作者理解了我们的好奇心，有信服力的为他的主人公，设计公司的小老板制定了一系列转型的战略，帮助他走向成功的销售之路。

1. 精简目标，打造核心竞争力亚历克斯的小公司，原来跟许多设计公司一样，为了生存什么都做。标识设计、宣传海报、网页设计等等，这不但让他疲于应付，也必须雇佣许多拥有不同方面才能的员工。但是就像手指有长有短一样，他的业务并不是样样都出色，反而要徒劳的竞标甚或不停的救火。当他接受建议后，将主业集中在有市场，有竞争力的标识设计后，反而在这个垂直领域打开了一片天空。

2. 转型为提供标准化的模式提供标准化的产品，而非服务。设计算是标准化的产品吗？也许在很多人眼中，度身定做的设计才是好的设计。但是从设计提供方的角度和我从业的经验来看，每次对新的个案提供不同的设计都是从头开始，意味着原来的创意和成果不易再次和快速使用；接下来不断的修改设计意味着增大人力成本，更还有面对和迎合不同的客户喜好，增加了许多不确定因素。因此，我们也许是时候向其他行业学习，增加标准化流程，简化和删除不确定的因素，将公司的产品落地为可以流程化，步骤化，可以让他人学习和传承。也许你的公司生产的并不是有形的产品，但是你的公司采取了标准化的生产模式，这才是更为重要的。毕竟，重点是你的公司，而不是你本人。一个人再能干也比不上一支有战斗力的团队，当你不在场的时候，要保证这支团队仍然可以按照你制定的战略，继续开拓市场和不断盈利，这是最具有竞争力和生存下来的秘诀。

3. 重视销售许多公司在经历过最初的拓展期后，便比较舒服的着眼于目前的客户和市场份额中。在开辟市场后，再开辟一个新的市场。在他们看来是困难和极具风险的。然而，要让你的公司生存良好，不但要做加法，也要大胆的做减法。公司的战略比目前的客户更需要关注，这是支持公司长久生存和发展的根基。同时，作为一个设计型企业，作者建议加强销售力量，让销售人才找出你的产品更好的满足客户需求的地方，而不是同意个性化你的产品，以适应不同客户的需求。这大概就是销售型人才和设计型人才最大的不同点吧。公司的经营策略。战略。“如何卖掉你的公司？”这并不是很久后才要思考的事情，而是在每一天都要思考的问题。这本书教会我们用买家的角度来评审你的公司运营状况，只有在他人眼中有竞争力，有市场，有发展的企业，才能够真正的生存。没有市场的企业，也没有继续生存的空间。如果在成立公司之前，就考虑到这是否一个可以出售的企业。这样，公司的生命之树才会长得更加繁盛。

《随时卖掉你的公司》

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