

《企业超感思维》

图书基本信息

书名：《企业超感思维》

13位ISBN编号：9787800803420

10位ISBN编号：7800803422

出版时间：2003-09-01

出版社：群言出版社

作者：吉姆·哈里斯

页数：325

译者：周光尚

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

《企业超感思维》

内容概要

大多数组织都生活在雾中 - - 突发的趋势，爆炸的信息，不断创新的技术，时常变更的规则，生死存亡的竞争和变化莫测的市场。正如思科公司首席执行官约翰·钱伯斯所说，我们生活在“低能见度中”。以60英里时速在能见度只有10英尺的大雾中行车，组织只有两种选择：要么减速（但我们不能，形势迫使我们加速前进）；要么提高认识和应对这六大变化因素的能力。本书研究急剧变化的趋势和技术以及它们对企业的潜在影响，致力于超前理解和实践先进的领导方法并帮助我们（包括组织和个人），在动荡变化的市场中实现最大程度的安全。

书籍目录

序言 序言第一部分对遭遇盲障的恐惧困扰着首席执行官们的心。第1—4章阐述一些公司越来越频繁遭遇盲障的原因。哪些因素促成这种现象？高级执行官应该如何避免它？

1. 盲障！拥有400亿美元经营规模的音乐出版行业遭遇一个18岁青年设置的盲障。他创建了一个名为“napster”的文件共享系统，使用户能够利用互联网进行音乐交易。当唱片业在法庭告倒napster时，又涌现出90多个同类服务商取而代之，使这个行业不得不进行变革。
2. 认识和应对立拍得（polaroid）公司由于未能预见数码摄影的迅速崛起而于2001年申请破产，微软公司也曾忽视互联网的巨大前景，直到1995年才作出重大转变。公司和行业未能及时认识和应对威胁或机会的例子不胜枚举。为避免遭遇盲障，每个组织都必须快速认识和应对变化。
3. 规律塑造未来某些规律驱动着组织正在经历的变化。这些规律促使变化的速度不仅持续而且加剧，并迫使组织采取快速认识和应对变化的新方法，以避免遭遇盲障。
4. 10s模式 本章介绍了如何理解变化对组织的影响，如何重新调整组织规章制度和结构以创建组织应对变化的能力的方法。第二部分第5—9章将向读者提供一些杰出的公司为避免遭遇盲障并对竞争对手设置盲障而采取的实用战略、方法和技巧。
5. 实时企业 戴尔（dell）公司和思科（cisco）公司正在努力创造实时企业。在这种企业中，每个系统和机构——订购、会计、制造、运输、聘用、培训和开发，都按照实时方式进行工作。
6. 客户关系管理 百分之二十的客户创造百分之八十的利润。如果你同样对待所有客户，对待最好的客户象最差的一样，对待最差的象最好的一样，那么你就很可能失去最好的客户，而留下无利可图的客户。
7. 突破惯例 我们的世界观决定着我们的行为，而我们的行为又决定着我们得到的结果。当我们改变观察世界的方法时，我们的行为和结果也将随之改变。开放的资源为企业与客户合作进行产品和服务的开发创造了新途径。
8. 从混沌到有序 充分扩大机会与尽量降低决策风险 我们生活的世界正在变得日益复杂。本章着重解释传统的战略计划和决策方法失效的原因并介绍解决复杂情况的新方法。
9. 战略情况设想 针对各种可能进行的计划和准备，情况设想计划是描绘可能的未来情况并制订相应计划的手段，它涉及反常规思维，其重点不是为将来进行计划而是防患于未然。第三部分第10章将为读者提供应对急速而大量的变化的理论、方法和工具。
10. 存在与改变 本章阐述观察变化的方法，帮助人们应对急速而大量的变化。结束语注释关于作者

一个企业是在健康发展还是走向死亡？要回答这个问题，可以想象一下以60英里时速驱车行驶的情形。在这个速度下我们应与前面的车辆保持60英尺的距离，而当大雾弥漫时，以60英里时速驾车的司机只能看到10英尺开外。这时，如果让你评估这位司机和车辆的生命指标，你可能认为他们是健康的。然而，没有过多久，这位司机就将进入弯道，面临与对面驶来的或停在路边的车辆相撞或翻下悬崖的危险。许多公司都习惯于拥有稳定的行业、可预测的客户和五年或十年战略计划。然而近两年来，所有行业都发生了天翻地覆的变化。一些貌似健康的组织由于未能迅速认识和应对这种变化而糊里糊涂地走向死亡。2001年10月，立拍得（Polaroid）公司向美国政府申请破产保护。这家以生产即拍即得照相机而闻名于世的公司未能注意到数码相机的迅速崛起。微软公司起初也曾忽视互联网的迅猛发展。2002年，沃尔玛（Wal-Mart）成为世界上最大的公司，而卡玛（K-Mart）则面临破产。

1999年，一位名叫肖恩·范宁（Shawn Fanning）的18岁的年轻人彻底改变了一个拥有400亿美元经营规模的行业的盈利模式。他开发的软件——Napster在18个月内被下载了6200万次。2001年2月，这个软件促成了30亿次数码音乐作品交易。当法庭命令停止使用Napster时，又涌现出90个音乐作品共享服务组织顶替它的位置。到2001年9月，它们促成了比Napster鼎盛时期更多的音乐作品交易。大多数组织都生活在雾中——突发的趋势、爆炸的信息、不断创新的技术、时常变更的规则、生死存亡的竞争和变化莫测的市场。正如思科（Cisco）公司首席执行官约翰·钱伯斯（John Chambers）所说，我们生活在“低能见度中”。以60英里时速在能见度只有10英尺的大雾中行车，组织只有两种选择：要么减速（但我们不能，形势迫使我们加速前进）；要么提高认识和应对这六大变化因素的能力。

中心问题：企业领导者如何避免盲障？为什么一些公司甚至整个行业会出现盲障？企业领导者如何发现早期警告信号？如何配置避免组织遭遇盲障的规章制度和结构？以及如何利用这些措施为竞争对手制造盲障？企业领导者如何避免盲障？作者吉姆·哈里斯一直致力于帮助全世界的组织和领导者有效识别和快速应对骤然变化的趋势。在《企业超感思维》一书中，他将这些知识和技能直接奉献给广大读者。本书通过对十几位著名企业领导者和创新人物的采访，获得他们成功的第一手材料，重点阐述他们的最佳实践经验。作者对音乐出版行业和立拍得（Polaroid）、微软和思科（Cisco）等公司进行了细致而深刻的案例分析。这些公司遭遇了哪些盲障？他们是怎样克服盲障的？作者还提出了一系列独特的战略、技巧和方法，帮助企业领导者及早洞察各种趋势并准确预测这些趋势可能造成的影响。这些方法可以帮助领导者在充满矛盾、纷纭复杂的形势下在组织内部形成共识。

为什么一些公司会遭遇盲障？由日新月异的新技术、不断加剧的竞争和购并推动的急速变化，意味着许多企业的前景变得比过去更加混沌、模糊和复杂。而且，这种变化仍在加速。从创始到吸引1千万个用户，电视用了10年时间，网景（Netscape）公司用了28个月，Hotmail（一个著名的电子邮件服务商）用了18个月，而Napster（网上音乐作品交易商）仅用了9个月。但企业遭遇盲障的机会从来没有象今天这么大。在这个充满混沌的世界，《企业超感思维》的确是挑战变化的实用指南。吉姆·哈里斯是专门从事战略计划和领导能力开发的“战略优势”（Strategic Advantage）管理咨询公司总裁。他的客户包括英国内阁办公厅、英国巴克莱银行、哥伦比亚三星图片公司、Deloitte & Touche公司、Nortel网络公司、美国通用汽车公司、强生公司、电气和电子工程师协会、Sun微系统公司、Novartis公司和Zurich公司。他的第二本书《知识悖论》（Learning Paradox）曾获得加拿大“全国商务图书奖”提名，并在全球80个国家出版发行，现已印刷40,000多册。近来，哈里斯先生每年在50多个国际会议和研讨会上发表演讲。……

《企业超感思维》

编辑推荐

“在快节奏的全球商务环境中，企业遭遇竞争对手或市场新来者设置盲障的可能性是非常现实的，即使那些看来十分安全的公司也不得不认真面对它。吉姆·哈里斯提供的实际案例，值得读者深思。《企业超感思维：突破影响企业发展的盲障》启发企业领导者认真考虑在行使自己的权力时如何避免盲障，是所有高级管理人士之必读。”

《企业超感思维》

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