

《木马战略》

图书基本信息

书名：《木马战略》

13位ISBN编号：9787111241522

10位ISBN编号：7111241525

出版时间：2009年

出版社：机械工业出版社

作者：(美)伯恩德H.施米特

页数：215

译者：吴振阳

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

《木马战略》

前言

我很高兴能为《木马战略》的中文版作序。许多年以来，我经常到中国进行学术研究、授课讲学、商务演讲和咨询服务。如今屈指一数，到过中国已有50多次了。在中国，我去过最多的地方是北京和上海，另外也到过深圳、广州、天津、大连和其他许多城市。我亲身见证了中国向消费社会转型这一伟大的历史过程，也一直坚信中国在今后还会取得进一步的发展和更伟大的成就。我第一次前往中国是1991年去北京讲学。当时的中国企业基本上还是生产导向型的，不太关注创新和我在《木马战略》中重点阐述的“大思维”。但现在情况已发生了彻底的变化。

《木马战略》

内容概要

《木马战略》不仅向我们展示了如何构建和运用大思维的方法，还把这些方法进行层层分解，创建了任何企业都可以采纳和运用的简易实用的系统框架。在《木马战略》中，作者借助丰富多彩的案例故事和个人实践经验，阐述了组织制定和执行大思维战略的6项任务：构建创意、评估创意、把创意转化成大思维战略、执行大思维、领导大思维和维护大思维，其中，前3项任务属于战略的制定，后3项任务属于战略的执行。

《木马战略》可帮助企业管理者突破各种思维定势和思维局限，构建大胆新奇的创意，从而使企业取得长期成功。

《木马战略》

作者简介

伯恩德H.施米特，美国康奈尔大学心理学博士，现任美国哥伦比亚大学商学院营销系教授，领导着学院全球品牌领导力中心。曾任中欧管理学院(CEIBS)营销学院院长，在中国讲授过大量课程，并开展过有关中国消费者、品牌及客户战略的研究与咨询。曾出版6本专著，并被译为16种语言。施米特教授一直为消费性包装产品、汽车、电子、软件、金融服务、药品、美容与化妆品、餐饮旅游及媒体等行业客户提供咨询并开发品牌与体验战略。由他咨询并指导过的客户既包括消费市场也包括B2B市场，例如：爱立信、雅诗兰黛、福特、汉高、希尔顿、路威酩轩、麦肯锡、微软、摩托罗拉、菲利普莫里斯、辉瑞、宝洁、SAP、西门子、索尼、Telefonica、联合利华、沃达丰、大众等。施米特教授经常在国际学术会议上发表演讲。CNN财经新闻频道“非常商界”栏目及一些全球性的商业杂志都曾对他进行过报道。他曾在英国广播公司、CBC、CNBC亚洲频道、CNN、日本广播协会等媒体出场授道，还为《纽约时报》、《亚洲华尔街日报》、《金融时报》撰写了许多有关经营管理问题的文章。

《木马战略》

书籍目录

中文版序 推荐序 致谢 第1章 大思维和木马 第2章 构建创意：牛排和圣牛 第3章 评估创意：如何发掘宝藏 第4章 把创意转化成大思维战略 第5章 执行大思维：如何把轮船拉过大山 第6章 领导大思维 第7章 维护大思维 后记 注释 作者简介 译者后记

第1章 大思维和木马 瑞士日内瓦 经过几天紧张的工作，我们乘出租车前往机场，准备打道回府。我坐在前排座位上，而后排坐的是两位合作伙伴，他们是一家向客户提供战略建议的世界著名咨询公司的职员。“如果客户需要的是大格局的战略思维，我们就确实有些为难。”交谈就这样开始了。“我们有很好的分析工具。”其中的高级咨询师解释道，“如果客户要求我们解决某个问题，只要告诉我们相关的市场数据和供应链关系图，我们就能进行深入而有效的分析，向客户提出运营的最佳方案。但有时候，客户需要一些截然不同的解决方案；有时候，他们给我们极大的自由发挥空间，请我们向他们提供大胆的创意。在这种时候，我们就确实有些为难。”这种说法我已听过很多次了，并不只是咨询业界人士会有这种体会，组织领导者也同样认为他们需要大格局的战略思维。他们已经清醒地认识到组织的发展——有时候甚至是生存——取决于大思维。他们耳闻目睹的每一个商界的成功故事都来源于大思维——能够改变市场、创造新机会和新价值的大思维。而诸如柯达、施乐、利维牛仔和美国在线等公司，由于缺乏大思维，则都陷入似乎无可避免的衰退困境之中了。“他们需要一匹木马。”我回应道。他们俩困惑不解地看着我。“还记得希腊传说中的奥德修斯和阿伽门农吗？阿伽门农率领古希腊最伟大的军队围攻特洛伊城，但围攻了10年也攻陷不下。然后，奥德修斯接替了阿伽门农，他向特洛伊人呈献了一匹巨大的木马，佯称木马是双方讲和的信物，但实际上却在木马腹腔中悄悄地潜伏了一些希腊勇士。特洛伊人信以为真，就把木马抬进城内。潜伏在木马腹腔里面的希腊士兵伺机溜出木马，偷偷地打开了城门，特洛伊城于是被攻破，希腊军队在一夜之间就取得了战争的胜利——这就是大思维。”

《木马战略》

媒体关注与评论

施米特教授长期践行他所倡导的理论方法。在引导企业领导者解放思想、大胆创新和摒弃谨慎保守，四平八稳的小思维战略时，他自己就具有视野开阔的大格局思维，为生动形象地阐述他所倡导的理论方法而旁征博引：不仅运用像苹果和多芬公司这些当今商界的典范，还以恢弘的历史视野引述古代希腊英雄奥德修斯的业绩和近代伟大音乐家马勒的创作实践来加以验证。这本书又开阔了我们的思维视野，还使我们能更好地把握各种机遇。 --苏铭天爵士 WPP集团首席执行官 在和施米特教授一起制定企业战略时，我非常敬佩他能够把创造性思维转化成一系列行之有效的方法。 《木马战略》向我们提供了一个分析制定战略的非常实用的新方法，这是一本任何组织的各级领导者的必读佳作。 --辛东斌 大格局的决策要比刻板的程序化地分析问题艰难得多。施米特教授不仅详尽地阐述了如何构建大格局的创意，还对如何贯彻落实这些创意提出了极富创见并切实有效的建议。为此，我向诸位强力推荐这本佳作。 --多米尼克M·汉森 施米特教授是当今营销领域最富胆识和创新能力的思想家，他写的这本书充满激情、内容丰富翔实，必定会令你受益颇丰。这本书改变了一个充满艰难坎坷但又十分重要的商业领域，使之变得一马平川。 --凯文·莱恩·凯勒 (Kevin Lane Keller) 美国达特茅斯学院塔克商学院E B·奥斯本营销学讲座教授

《木马战略》

精彩短评

- 1、2个小时能看完，讲了why，没有讲how。how总比why要难上好几个数量级啊
- 2、
 - 1.什么是大思维
为什么要大思维
 - 2.构建创意
 - 3.评估创意
 - 4.将创意转化为大思维战略
 - 5.执行大思维
有了大思维战略以后，执行力就是关键因素，
如何贯彻实施，将大思维真正运用到企业当中是十分重要的环节。
 - 6.领导大思维
如何挑选领导者，
如何才能成为一个大思维战略的领导者，
一个领导如何让大思维战略走向成功
 - 7.维护大思维
- 3、大思维 big think，不但要创新，还要从战略方向把控。

《木马战略》

精彩书评

1、1.什么是大思维为什么要大思维2.构建创意3.评估创意4.将创意转化为大思维战略5.执行大思维有了大思维战略以后，执行力就是关键因素，如何贯彻实施，将大思维真正运用到企业当中是十分重要的环节。6.领导大思维如何挑选领导者，如何才能成为一个大思维战略的领导者，一个领导如何让大思维战略走向成功7.维护大思维

《木马战略》

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