

<<电信行业竞争分析方法与实践>>

图书基本信息

书名：<<电信行业竞争分析方法与实践>>

13位ISBN编号：9787115185655

10位ISBN编号：7115185654

出版时间：2009-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：宋杰 等编著

页数：385

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>

前言

1.关于本书随着电信技术的迅速发展以及电信市场的进一步放开，中国电信业的市场竞争日益激烈。在日趋白热化的市场竞争环境中，领先对手、快速把握市场先机是企业的制胜法宝，而市场先机的捕捉则源于企业把握产业链发展趋势，洞悉对手战略举措和商业动态的能力。对于市场竞争态势的及时把握和快速反应已是各电信企业提高自身竞争力的重要手段。在这种形势下，竞争分析工作对电信企业变得越来越重要，只有建立科学的、完善的竞争分析体系，才能及时准确地掌握竞争对手的情况，才能采取有效的应对措施。

<<电信行业竞争分析方法与实践>>

内容概要

本书为“现代通信经济与管理丛书”之一。

全书依据作者在电信行业长期从事竞争情报、竞争分析及竞争对策研究等工作的实践经验，介绍了竞争分析的基本理念；结合大量的案例阐述了电信竞争分析的基本流程、基本模型以及电信竞争分析体系的建设；在附件中还介绍了进行竞争分析的常用工具。

全书共分五篇17章。

第一篇“理念篇”（第1~3章）介绍了竞争分析的基本概念、工作基本流程和工作体系；第二篇“环境篇”（第4~6章）介绍了中国电信业的发展、竞争现状和电信企业竞争分析工作的特点；第三篇“流程篇”（第7~11章）阐述了竞争分析工作的5个基本环节——规划、搜集、处理、分析及应用在电信企业中开展的流程；第四篇“模型篇”（第12~15章）围绕ESCB竞争分析模型，介绍了电信企业竞争分析中较为实用的四大分析模块；第五篇“体系篇”（第16~17章）重点论述了竞争分析组织体系和软件系统的建设和运作。

全书五篇既可单独成篇，合起来又覆盖了电信行业竞争分析工作的重点领域，读者可以灵活选择阅读。

本书适用于电信行业从事竞争情报、竞争分析、经营分析的研究人员，从事市场经营管理、战略策划的人员，以及所有对电信竞争分析感兴趣的人士。

本书也可作为高等院校企业管理、战略管理、情报学、MBA等课程的参考书以及通信企业管理培训班的培训用书。

<<电信行业竞争分析方法与实践>>

作者简介

宋杰，暨南大学工商管理硕士，中国电信集团广州研究院网络技术及市场研究部竞争对策室主任，有8年的电信市场研究经验，曾获“广东省电信有限公司突出贡献人员”称号，研究领域包括竞争战略、竞争分析、电信管制、互联互通以及商业模式、产业链研究、宽带应用等方面，发表学术论文20余篇。

<<电信行业竞争分析方法与实践>>

书籍目录

第一篇 理念篇	第1章 竞争分析概述	1.1 竞争情报与竞争分析	1.2 竞争分析的功能和成功要素
	1.3 企业竞争分析工作的发展趋势	1.4 案例：IBM公司对竞争情报的重视和应用	
第2章 竞争分析工作基本流程	2.1 竞争分析流程	2.2 规划	2.3 搜集
2.4 处理	2.5 分析	2.6 应用	2.7 案例：V业务影响评估及对策研究
第3章 竞争分析工作体系	3.1 概述	3.2 工作体系的组成	3.3 工作体系的建设
3.4 案例一：某电信运营商情报系统总体架构设计	3.5 案例二：壳牌国际服务集团公司的竞争分析工作体系		
第二篇 环境篇	第4章 中国电信运营发展现状	4.1 中国电信业发展沿革	4.2 电信业在我国的地位与作用
	4.3 中国电信业的监管政策	第5章 中国电信业的竞争	5.1 电信企业的竞争特点
	5.2 案例：M公司的“五力”竞争诊断模型和评估体系	第6章 电信企业的竞争分析	6.1 电信企业竞争分析的特点
	6.2 转型对电信企业竞争分析的影响	6.3 案例：竞争分析助力电信企业价值创新	
第三篇 流程篇	第7章 规划	7.1 确定目标	7.2 制定计划
	7.3 关键情报课题——竞争分析规划的核心	7.4 案例：一个完整的竞争分析需求计划	
第8章 搜集	8.1 电信企业的竞争信息来源	8.2 搜集信息种类	8.3 搜集方法
	8.4 案例：全员情报，把握竞争对手动向	第9章 处理	9.1 原始信息处理
	9.2 验证信息的可靠性——评级	第10章 分析	10.1 环境分析
	10.2 对手分析	10.3 客户分析——基于客户研究的竞争监测	第11章 应用与提供
	11.1 确定目标	11.2 确定竞争分析产品类型	11.3 报告写作技巧
	11.4 产品提供方式	11.5 来自客户的反馈和持续修改	11.6 竞争分析工作的服务功能
第四篇 模型篇	第12章 E模块：竞争环境分析	12.1 信息输入	12.2 分析处理
	12.3 成果输出	12.4 案例：E模块应用——电信企业市场份额预测	第13章 S模块：竞争格局分析
	13.1 信息输入	13.2 分析框架	13.3 分析处理
	第14章 C模块：竞争对手分析	第15章 B模块：标杆分析	第五篇 体系篇
	第16章 组织体系	第17章 软件系统	附录 竞争分析常用工具 参考文献

章节摘录

(2) 制定信息搜集计划, 包括得不到某些信息时的应急方案。信息是海量的, 时间是有限的, 为了在合理的时间内得到有价值、有指导意义的竞争分析结果, 必须制定一个适当的搜集计划, 用于指导信息搜集工作。而且, 并不是所有的信息搜集渠道都可以容易地获得, 所以考虑到实际条件的限制, 要考虑在某些信息无法获取的情况下用另外哪些信息来补充。这些都是规划阶段需要注意的。

(3) 让用户了解工作进展, 使其能够进一步明确其情报需求, 以及时间和资源的约束。从规划阶段就让情报最终用户参与进来, 从而让用户了解到竞争分析工作的时间和资源等限制条件。经过用户确认需求之后, 最终的研究结果更容易被用户接受。

在正式开展工作之前进行规划, 有助于帮助分析人员系统地安排工作流程, 分出轻重缓急。而且, 将预算约束事先考虑, 能够更加保证分析的效果。基于多年的工作实践, 我们提出了“分析驱动的竞争情报”(ADCI, Analysis Driven Competitive Intelligence)这一理念。其实, 竞争情报本身就是“分析”过的信息, 之所以强调“分析”。

<<电信行业竞争分析方法与实践>>

编辑推荐

《电信行业竞争分析方法与实践》适用于电信行业从事竞争情报、竞争分析、经营分析的研究人员，从事市场经营管理、战略策划的人员，以及所有对电信竞争分析感兴趣的人士。

《电信行业竞争分析方法与实践》也可作为高等院校企业管理、战略管理、情报学、MBA等课程的参考书以及通信企业管理培训班的培训用书。

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>