

<<复杂环境下的CXO>>

图书基本信息

书名：<<复杂环境下的CXO>>

13位ISBN编号：9787506040853

10位ISBN编号：7506040859

出版时间：2011-1

出版时间：东方出版社

作者：IBM商业价值研究院

页数：300

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>

<<复杂环境下的CXO>>

内容概要

IBM商业价值研究院编写的《复杂环境下的CXO：全球顶尖企业领导人的商业智慧》除了收录IBM最新的全球CEO、CFO、CIO和CHRO调研外，还收入了2008年全球CEO调研报告，以及近两年IBM针对首席供应链官（CSCO）和首席客户关系官的调研成果。

《复杂环境下的CXO：全球顶尖企业领导人的商业智慧》适合从事相关研究工作的人员参考阅读

。

<<复杂环境下的CXO>>

作者简介

IBM全球企业咨询服务部

IBM全球企业咨询服务部积极与客户协作，为客户提供持续的业务洞察、先进的调研方法和技术，帮助他们在瞬息万变的商业环境中获得竞争优势。
从整合方法、业务设计到执行，我们帮助客户化战略为行动。
凭借我们在17个行业中的专业知识和在、70多个国家开展业务的全球能力，我们能够帮助客户预测变革并抓住市场机遇实现盈利。

IBM商业价值研究院

IBM商业价值研究院是IBM全球企业咨询服务部的有机组成部分，吸纳了来自9个国家的资深咨询顾问，影响力遍及全球。
通过与IBM的客户和项目实施团队的密切合作，该研究院的咨询顾问们就特定行业不口业务领域开展深入探讨和研究，发现和评估战略机遇，并为本土客户提供富有建设性的创新建议。
IBM在中国拥有一支致力于研究整个大中华区市场的商业价值研究院团队。

<<复杂环境下的CXO>>

书籍目录

序 分享顶尖企业领导人的智慧第一部分 驾驭复杂环境 引言 第一章 中国面临日益复杂的环境
中国面临日益复杂的环境 影响中国企业未来发展的三大要素 中国未来环境复杂度高于全球水平
中国企业有信心跨越“复杂性鸿沟” 卓越企业：成功驾驭复杂性 第二章 重塑客户关系
首要任务：更加贴近客户 与客户建立更为紧密的关系 回到原点：重新思考客户关系
在整个产品/服务生命周期加强与客户交互 运用更智慧的方式满足客户需求 李宁公司：拓展
多元化渠道，重塑客户关系，提高客户忠诚店 第三章 展现创新领导力 创新领导力的特质
以“创造力”应对“复杂性”的挑战 中国企业积极寻求业务模式创新 中国企业迫切需要全球
化思维 中国企业CEO关注可持续发展 中粮集团：发挥创新领导力，建造可持续发展的组织
第四章 构建灵活的运营 知难而进，驾驭复杂环境 中国企业更加注重精简流程 中国企业
需要快速而科学的决策 中国企业的执行速度有待提高 苏宁电器：精简并优化业务流程，构建
灵活、高效、稳健的运营体系 第五章 中国企业如何驾驭复杂环境第二部分 未来的企业 引言 第
一章 渴求变革 为何会产生“变革鸿沟”？ 丹佛斯改变了对中国市场的策略，使中国成为“第
二个本土市场” 结论 第二章 全球整合 能力、知识和资产组合的深刻变革 合作日益重
要 双重发展策略一并购和有机发展 大多数企业都在积极进入新市场 转移重心：中国在外
资企业全球业务设计中扮演的新角色 更关注于全球视野的业务设计 利丰有限公司(U&Fung
Limited)：通过全球整合实现增长 / 结论 第三章 让创新超出客户的想象 日益富裕的消费人
群将继续促进增长 今非昔比：见多识广而又相互协作的客户 通过Web 2.0与新客户互动
/ 073 淘宝(7aobao)借助Web 2.0而独具特色并大获全胜 结论 第四章 真诚，而不仅仅是慷
慨 使CSR成为战略业务需要 CSR成为中国企业的要务之一 CSR使外资企业独具特色并提升
品牌价值 宝洁开始改善中国教育 结论 第五章 颠覆性的业务创新 实施业务模式创新
中国地区的CEO更有可能对行业模式进行创新 业绩出众的企业接受行业模式创新的挑战 分
众传媒(Focus Media)：将数字化广告引入中国 如家(Home Inns)：为宾客营造温馨的家 结论
打造“未来的企业”第三部分 全新的价值整合者 引言 价值整合者正在缩小差距第四部
分 CIO的时代新声第五部分 跨界工作第六部分 智慧的未来供应链第七部分 前进之路 以客
户为中心的领先新模式

<<复杂环境下的CXO>>

章节摘录

插图：第一部分 驾驭复杂环境第一章 中国面临日益复杂的环境
中国面临日益复杂的环境
温家宝总理今年4月在国务院常务会议上分析经济形势时说：“当前经济发展环境极为复杂。

无论是从深层次还是从长远看，经济形势的复杂性都不是短期现象。而呈现出常态化。

”2010全球CEO调研为温总理讲话提供了重要的事实依据和数据支持。

参加本次调研的中外企业CEO一致认为。

新的经济环境将是波动的、不确定的、日益复杂的而且结构变动很大。

中国的CEO表示，国内外多种变革力量的冲击、相互推动导致中国的经济环境日趋复杂、瞬息万变(见图1-1)。

国内市场的复杂性市场结构转型：中国不再是一个大众化的市场，市场细分越来越多样，实体的和虚拟的市场混合并存，市场边界越来越模糊。

市场日渐呈现多元化趋势。

变化成为常态。

行业变化加剧：中国政府提出以“产业升级、结构调整”为目标的十大产业振兴规划促使一些传统的行业再现生机；许多新兴行业从无到有(如绿色能源、新型建筑材料、太阳能等)；许多国营企业进入非核心业务领域，从而改变了行业的竞争格局。

企业公私界限变化：“国退民进”的呼声日益强烈，政府有意退出某些市场竞争完全的行业，也出台了一系列新的投资政策，鼓励民营及其他资本投资原来国有垄断的行业，私营企业由此获得了巨大的发展空间。

但我们也看到，随着国营企业市场化经营意识的大幅提高。

企业的发展扩张越来越积极。

区域发展不均衡：中国的区域发展极不平衡，城乡差距逐年增大，这使得广泛推行统一的政策监管和行业战略的难度加大。

消费者需求多变：城市化加剧、中产阶级消费者群体形成、消费者的主导权增强、人口的老龄化、80/90后群体截然不同的消费特征等等，这些趋势协同作用，促使消费者需求发生巨大变化。

<<复杂环境下的CXO>>

媒体关注与评论

未来十到二十年将是全新的大投资时代。

企业将面临前所未有的机遇，但也会有诸多不确定因素。

——Tom King，美国国家电网公司总裁 我们的职责在于提供正确的企业相关信息以及由洞察力驱动的分析结果，以使企业专注于制定基于风险的及时决策。

——Mark Buthman，全佰利公司CFO CIO与其他高管人员应发挥的重要作用是，他们不仅要关注运营，还需要将创新引入业务。

——Warren Ritchie博士，大众汽车美国公司CIO

<<复杂环境下的CXO>>

编辑推荐

《复杂环境下的CXO:全球顶尖企业领导人的商业智慧》由东方出版社出版。

<<复杂环境下的CXO>>

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>