

<<快公司 快战略>>

图书基本信息

书名：<<快公司 快战略>>

13位ISBN编号：9787509205075

10位ISBN编号：7509205077

出版时间：2009-7

出版时间：中国市场

作者：(英)伊夫·多兹//米科·科索宁|译者:李宪一

页数：239

译者：李宪

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>

## <<快公司 快战略>>

### 前言

为什么快公司要有快战略？

怎样做才能让公司既具有重要战略地位同时又保持敏捷度？

通常，行动迅捷使人联想到灵活性和柔性，而具有战略地位则会让人觉得强大而笨拙，并因此显得行动迟缓。

怎么才能快速作出战略决策并形成共同承诺？

为什么有些公司能够通过破旧立新而再创辉煌，能够跟上技术发展的浪潮、捕捉市场的间断性，超越并击败其竞争对手，而另外一些公司则摇摇欲坠或逐渐为人所遗忘？

为什么美国DEC公司(Digital Equipment Corporation)由于没有及时采取新的战略和新的经营模式而被迫出

## <<快公司 快战略>>

### 内容概要

怎样做才能让公司既具有重要战略地位同时又保持敏捷度？

通常，行动迅捷使人联想到灵活性和柔性，而具有战略地位则会让人觉得强大而笨拙，并因此显得行动迟缓。

怎么才能快速作出战略决策并形成共同承诺？

在快速战略博弈中，我们靠什么来判别输赢？

成功者的领导方略如何别具一格？

他们是如何组织、又是如何作出决策的？

这些就是在本书中力图解答的问题。

你在本书中将看到这3种要素如何构成了组织的快速战略实力，随着时间的推移。

它们能够提供持续有效的资源分配模式，在对战略契机作出响应时能够快速调整和演变。

## 作者简介

作者简介：

伊夫·多兹，欧洲工商管理学院（INSEAD）全球技术与创新的铁姆肯首席教授（chaired professor）和战略管理教授。

他还是赫尔辛基商学院（Helsinki School of Economics）的客座教授。

伊夫曾在哈佛商学院（Harvard Business School, HBS）、斯坦福大学商学院（Stanford Graduate School of Business）和东京青山学院大学（Aoyama Gakuin University, AGU）执教。

他对多维公司的组织结构及战略研究广泛，以前的著作包括与C K普拉哈拉德（C K Prahald）合撰的《跨国公司使命》（Multinational mission）以及与乔斯·桑托斯（Jose Santos）和彼得·威廉森（Peter Eilliamson）合撰的《从全球化到超国家化》（From Global to Metanational）。

<<快公司 快战略>>

书籍目录

第1部分 战略敏捷度 1 快速战略博弈：诺基亚如何战胜爱立信和摩托罗拉英特尔凭什么领先..... 2  
战略敏捷度的挑战：快公司每天都在做的事 3 IBM如何成为会跳舞的大象第2部分 推动战略敏捷度 4  
快战略之一：战略敏锐性 5 快战略之二：共同承诺 6 快战略之三：促进资源流畅第3部分 重塑战略  
敏捷度 7 战略敏捷度——失而复得 8 提高认知能力：诺基亚的流程及其他 9 激发斗志：面对危机HP  
和IBM有何不同 10 创建系性组织：诺基亚如何成为柔性公司 11 公司高层的变革 12 快战略：四家公  
司的历程对比 13 慢公司病：成功的魔咒是什么？  
14 只有快公司才能生存缩写词

章节摘录

1 快速战略博弈：诺基亚如何战胜爱立信和摩托罗拉英特尔凭什么领先…… 诺基亚：行之有效的战略敏捷度 诺基亚在移动电话产业所取得的成功（该公司本期望成为从北欧贫瘠的边缘地区迅速崛起的生产胶鞋的公司。

这样的公司会成为掀起全球移动电话革命的领军企业吗？

）主要取决于战略敏捷度。

与大多数的同行和直接竞争对手相比，诺基亚显露出更高的战略敏锐性。

当大家都把移动电话看做是某种专业服务时，诺基亚的领导层却将之视为一种（几乎是时尚的）大众消费品。

诺基亚并不认为将来移动电话的最大渗透率只有5%或10%，而是

<<快公司 快战略>>

编辑推荐

诺基亚为什么能够战胜爱立信和摩托罗拉？  
为什么有的公司能基业长青，有的公司却如过眼烟云？  
打造诺基亚、英特尔那样的快公司需要什么样的快战略？  
HP、强生、3M、佳能、Google、微软这些公司快速而敏捷的华丽转身绝非偶然！  
欧洲商学院教授伊夫·多兹和前诺基亚首席战略及信息官米科·科索宁详解快公司的快战略尽收书中！  
助你建立一个柔性的、具有战略敏捷度的好公司！  
“战略敏捷度是面对高级领导人及其团队战略要务。  
本书令人信报地提出了一整套发人深思、新颖独到的思想。”  
——哈佛商学院工商管理教授 Micha

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>