

<<下一个可持续发展浪潮>>

图书基本信息

书名：<<下一个可持续发展浪潮>>

13位ISBN编号：9787500461425

10位ISBN编号：7500461429

出版时间：2007-4

出版时间：中国社会科学出版社

作者：鲍勃·威拉德

页数：349

字数：373000

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>

<<下一个可持续发展浪潮>>

内容概要

本书包含大量的数据、信息、案例，以及若干个人的见解，给读者提供了一个清晰和引人注目的视野，让人们知道一种商业发展的新路径。

在如何和为什么说可持续发展是21世纪商业发展的核心战略问题上，本书作者给了我们一个清晰的解释。

可持续发展的理念已经得到一些企业的热情拥护，同时却也在另一些企业中受挫。

公司经历可持续发展的第一次浪潮也许是受公关危机、法规压力或创立者的个人激情所致。

然而，如果第二次浪潮是要在商业社会中为公司建立一种群聚效应，那么它就需要不同的驱动或刺激因素了。

《下一个可持续发展浪潮》分析了有些公司为什么反对持续发展战略，而把重心放在说服公司领导做更深考虑的战略上。

书中描述了出现的两种有望激励公司持续发展战略信念的驱动或刺激因素：一是令人信服的商业案例，二是从气候变化到利益相关者日益提高的要求所隐含的市场压力的“完美风暴”。

本书利用有效的销售技巧作为实现现存公司目标的手段来改变持续发展战略，销售持续性可作为一种解决方案，一种商业战略，以及一种企业转变的催化剂。

为了方便快速阅读和参考，书的左边页码内容提供支持性材料，而右边页码内容做深入的分析。

本书对说服忙碌的管理者和董事会成员相信持续发展的重要性来说是非常有用的。

<<下一个可持续发展浪潮>>

作者简介

鲍勃·威拉德 (BOB WILLARD) 是一位公司持续发展战略的商业价值方面的重要专家，他经常为公司、咨询机构、院校和非政府组织作重要的演讲。

他的前一本书The Sustainability Advantage : Seven Business Case Benefits of a Triple Bottom Line广受好评。

<<下一个可持续发展浪潮>>

书籍目录

第一章 简介 搭起舞台 关于阻碍因素的早期想法 谁处在下一次浪潮之中 可持续发展的“引爆点” 董事会面临的压力 可持续发展的销售拜访 术语 任意选取一个标签 语言很关键,用他们的语言谈话 写给卢·格斯特尔的信 可持续发展是实现他们目标的手段 对症下药,因人施教 可持续发展的阶段 第三阶段向第四阶段的转变与第五阶段的不同 埃尔金顿对于各阶段的昆虫比喻 可持续发展的驱动因素: 综述第二章 第一次浪潮的三个驱动因素 如何知道一家企业是否处于可持续发展的领先地位 专家对于领先的可持续发展公司的观点 Sustainability Business.Com公司和普华永道公司的排名 《金融时报》和《商业道德》关于最佳可持续企业的排名 第一次浪潮的驱动力 驱动因素之一: 创建者的个人抱负 企业想做出有道德的行为 有足够多富有热情、由价值观驱动的CEO吗 股东——企业所有人仍然是上帝 多种人的价值还是一种人的价值 驱动因素之二: 公共关系危机 企业声誉有利于品牌价值 企业社会责任有利于企业声誉 不良的公共关系就像无法挥散的臭味 驱动因素之三: 法规的压力 诉讼的风险 合理的法规很少 运用法规的问题 法规的威慑力很有效 自愿行为是“自愿”的吗 非政府组织与自愿行为协定 公司与自愿行为协定 复合型责任 法规是必要的但并不足够 两种正在出现的驱动因素第三章 正在出现的第一个驱动因素——完美风暴的威胁 市场压力的“完美风暴” 重大问题+苛刻的利益相关者——商业风险 重大问题 重大问题之一: 气候变化 重大问题之二: 污染/健康 重大问题之三: 对全球化的反对 重大问题之四: 能源危机 重大问题之五: 信任危机 重大问题百搭牌 日益苛刻的利益相关者 苛刻的利益相关者群体之一: “绿色”消费者第四章 正在出现的第二个驱动因素——令人叹服的商业价值第五章 第二次浪潮的障碍处理会诊第六章 结语附录 与中小企业(SME)相关的商业案例注释参考书目

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>