

<<重来>>

图书基本信息

书名：<<重来>>

13位ISBN编号：9787508623610

10位ISBN编号：7508623614

出版时间：2010-10

出版时间：中信出版社

作者：[美] 贾森·弗里德,[丹] 戴维·海涅迈尔·汉森

页数：236

译者：李瑜偲

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

引言篇 我们今天就要就企业的创建、运营、发展（或停滞）发表一些全新的观点。

本书的观点基于实战打拼的经验,而不是乏味的学术理论。

在长达10年的时间里,我们的企业经历过两次经济衰退、一次经济泡沫破裂、数次商业模式转变,总有人反复预言我们前途不妙&mdash;&mdash;可我们始终保持盈利。

我们刻意把自己做成一家小公司,只为小企业和小团队开发软件,帮助他们更轻松地完成工作。目前全球有超过300万人在使用我们的产品。

1999年,我们从一个&ldquo;三人组&rdquo;的网络设计咨询公司起家。

到2004年,由于对该行业使用的项目管理软件感到十分不爽,于是我们创造了自己的产品:Basecamp。

当我们把在线工具秀给客户和同事们看时,他们众口一词:&ldquo;我们的业务也要用这个!&rdquo;5年后,Basecamp每年能为公司带来数百万美元的利润。

现在,我们公司还出售其他的在线工具。

Highrise就是我们开发的一款联系人管理软件以及简单的客户关系管理(CRM)系统。

如今有数万家小企业用它来跟踪潜在客户、现有交易以及管理上千万份联系人名单。

有超过50万人已经注册使用我们的Backpack软件,这是一款局域网兼知识共享工具。

运用我们的企业即时聊天工具Campfire,人们已经发送了上亿条信息。

我们还研发了一个计算机编程框架&mdash;&mdash;Ruby on Rails,让Web 2.0世界很大一部分变得更强大。

有些人认为我们是一家互联网公司,这样的说法让我们回避不及。

互联网公司素来以疯狂招聘、大把烧钱、华丽落败而广为人知,我们却不这样。

我们公司很小(本书出版时止,仅有16名员工)、开支甚少、盈利颇丰。

很多人说我们只是侥幸存活,根本没有能力完成我们在做的东西,并劝诫其他人不要搭理我们的建议。

甚至有人说我们不负责任、鲁莽行事以及&mdash;&mdash;呼!

&mdash;&mdash;不专业。

这些批评家们无法理解一家公司怎么居然会在拒绝成长、唾弃会议、没有预算、踢开董事会、不用广告、远离销售人员和&ldquo;现实世界&rdquo;的情况下,依然红红火火。

对他们来说,这是问题,对我们来说则不是。

他们说你得跟财富500强企业做生意。

拉倒吧!

我们都把产品卖给财富500万强企业了。

他们觉得你不可能让员工分散在两个大洲的8座城市里老死不相往来地工作。

他们宣称,没有财务规划和5年计划,企业就不可能成功。

一派胡言。

他们断言你需要一个公关公司,在诸如《时代》、《商业周刊》、《快公司》、《纽约时报》、《金融时报》、《芝加哥论坛报》、《大西洋月报》、《企业家》以及《连线》这样的媒体上大力宣传。

大错特错!

他们说商业秘诀不能共享,技术机密不能曝光,否则就经受不住市场竞争。

一错再错!

他们说,你无法和拥有庞大的市场广告预算的大公司一较高下;他们说,产品线不如竞争对手丰富,就不可能取胜;他们说,你不能在经营过程中走一步看一步。

但我们恰恰就是这么做的。

他们还说了很多,我们只能说他们是错的,我们的例子就是活生生的证据。

我们写作此书的目的,就是为了证明他们是错的。

<<重来>>

首先我们要把企业层层拆解、一直分析到骨子里，让大家明白为什么要趁现在赶紧扔掉那些传统的企业运营观念。

然后我们会重建一个新的理论，人们可以从中了解到如何开始运作企业、为什么人们需要的资源比想象的要少、何时投放新产品、如何透露消息、什么时候该雇用什么人以及如何掌控全局。

现在，让我们开始吧。

## <<重来>>

### 内容概要

大多数的企业管理的书籍都会告诉你：制定商业计划、分析竞争形势、寻找投资人等等。如果你要找的是那样的书，那么把这本书放回书架吧。

这本书呈现的是一种更好、更简单的经商成功之道。

读完这本书，你就会明白为什么计划实际上百害而无一益，为什么你不需要外界投资人，为什么将竞争视而不见反倒会发展得更好。

事实是你所需要的比你想象的少得多。

你不必成为工作狂，你不必大量招兵买马，你不必把时间浪费在案头工作和会议上，你甚至不必拥有一间办公室。

所有这些都仅仅是借口！

用直截了当的语言和崇尚简约的方式，《重来》是每一个梦想着拥有自己的事业的人的完美指南。

不管是作为中坚力量的企业家、小企业主，还是深陷令人不快的工作中的职场中人、被炒鱿鱼的受害者，抑或是想要“脱贫”的艺术家，都能在这一页页中找到弥足珍贵的指引。

<<重来>>

## 作者简介

两个正当红的IT偶像

贾森&#8226;弗里德 ( JasonFried )

37signals的合伙创立人，倡导软件极简主义，相信简约之美，尊重简单和坦诚做事，并把这些思想运用到创业过程和产品开发之中，拥有一大批IT粉丝。

戴维&#8226;汉森(DavidHeinemeierHansson)

出生于丹麦，人称DHH，编制并创建了网络开发框架RubyonRails，此框架让无数程序员受益，被称为是程序员的“基本开发环境”。

大卫和贾森一起创立了37signals。

## 书籍目录

引言篇INTRODUCTION 开局篇FIRST 新的现实卸负篇TAKEDOWNS 忘了“现实世界” 哪来的  
从错误中学习 计划即瞎猜 何必壮大？  
工作狂 受够了“企业家” 行动篇GO 在宇宙中留下你的足迹 挠自己的痒处 着手做点什么  
“没时间”不是借口 画沙为界，立场明确 不可能的宗旨 万不得已不筹资 你的需求没有想象的  
那么多 要成就事业，不能只是创业 破釜沉舟 轻装上阵进阶篇PROGRESS 条件受限是好事 与  
其做个半成品，不如做好半个产品 从核心出发 不要过早关注细节 作出决定就是取得进展 当好  
博物馆长 在问题上少投入点精力 关注不变因素 音乐就在你的指尖流淌 卖掉副产品 立马就上  
线效率篇PRODUCTIVITY 赞同的错觉 退出的理由 打岔是效率的敌人 会议有毒 刚刚好就是真  
的好 速战速决 不要逞英雄 该睡觉时就睡觉 预估的都是垃圾 罗列问题，不得解决 决策宜小  
不宜大对手篇COMPETITORS 拒绝照搬 将你的产品去商品化 向对手挑战 给竞争力做减法 谁  
管他们在做什么？  
进化篇EVOLUTION 养成对客户说“不”的习惯 不要攀客户的高枝 头脑发热不等于当务之急  
家用便利就是好 不必逐字记下客户需求推广篇PROMOTION 甘于低微 培养自己的拥趸 普及知  
识，赢得竞争 效仿大厨 转到幕后看看 没人喜欢塑料花 媒体发布就是垃圾邮件 别惦记大牌媒  
体 药贩子最精明 市场营销不是一个部门的事 一夜成名只是传说招聘篇HIRING 亲力亲为 受  
不了时再招人 放弃牛人 鸡尾酒会上的陌生人 可笑的求职简历 多年的无关经验 常规教育不值  
一提 人人都得干活 聘用独当一面的经理人 招聘笔杆子 高手遍布世界各地 试用期必不可少救  
灾篇DAMAGECONTROL 主动掌控负面新闻 速度改变一切 如何道歉 让每个人都上前线 深深  
深呼吸文化篇CULTURE 文化不是由谁创造的 决策都是临时性的 跳过摇滚明星 员工不止岁  
点准时放人 不要听风就是雨 发出你的心声 需要避开的词汇 越快越好是毒药总结  
篇CONCLUSION 灵感稍纵即逝 谢谢阅读附录RESOURCES 有关signals signals的产品致  
谢ACKNOWLEDGMENTS

## &lt;&lt;重来&gt;&gt;

## 章节摘录

计划即瞎猜 除非你是个预言家，否则那些所谓长期商业计划就是痴人说梦。你不能掌控的因素太多了：市场环境、竞争对手、客户群体、经济状况，等等。撰写计划会让人感觉自己把握住了某些东西，但实际上这都是完全不可控的。

为什么我们不直截了当地按照计划的本质来称呼它呢？

管它叫“猜想”吧。

现在我们就开始把你的商业计划称为“商业猜想”，把财务计划叫做“财务猜想”，把战略计划命名为“战略猜想”。

现在咱们就可以不用为这些玩意儿操那么多心了。

在这方面操心只能是得不偿失。

当你把猜想变成计划，就等于是走进了危险地带。

做计划就是在用过去推动未来，等于给你戴上了眼罩。

“这就是我们要做的，嗯，因为我们说过要这么做的。”

问题是：计划和即兴发挥不会合拍。

你必须能够即兴发挥，你必须抓住每一个迎面而来的机遇。

有时候你得说服自己：“我们要换个新方向了，因为现在这么做比较靠谱。”

长期计划中的时间表也纯属无稽之谈。

你只有在做一件事的过程中，才能掌握更多的相关信息，没有人能够未卜先知。

千万不要在行动之前就作出重大的决定。

这并不是说你该无视未来，或者不应该对未来的挑战作未雨绸缪的准备。

预防练习总是值得去做的。

只是不要觉得自己必须把这些问题白纸黑字地写出来，或者为此纠结不休。

大多数情况下，人们不会再去多看一眼白。

己长篇大论写下的计划，篇幅庞大的计划书最终都会成为文件柜里的化石。

放下你的臆测吧，现在就决定你这周要做什么，不必去管全年的计划。

只要找出下一项最重要的任务，然后起而行之。

在行动开始前的一刻作决定，而不是早早就预先定下某事。

你也可以跳过这个决策过程，直接上飞机走人，到了目的地再去选一件漂亮的衬衣、一个刮胡膏以及牙刷。

无计划地工作看上去挺悬，但是盲目遵循不切实际的计划，后果则更可怕。

何必壮大？

人们往往会问：“你的公司有多大？”

话题虽小，可人们期待的答案却不是越小越好。

这个数字越大，你给人留下的印象就越深刻、越专业、越强大。

如果你说你有100多名员工，他们会欢呼雀跃：“哇！

太棒了！

如果你的公司规模不大，你就会听到言不由衷的：“哦……还不错啊。”

前者是恭维，而后者仅仅是礼节而已。

为什么会这样？

与企业成长和业务有何关联？

为什么人们总把扩张当做奋斗目标？

除了满足虚荣心外，“大”还有什么好处？

(你最好能给我一个比“规模经济”更好的答案。)

选择并保持合适的规模又有何不妥？

我们会不会对着哈佛和牛津指手画脚说：“如果它们能扩大规模、开设分校、广聘名师、全球运营、开立分校……之后，它们就能成为伟大的学校。”

## <<重来>>

”当然不会。

这些都不是我们评估名校的标准。

那又为什么要用这些标准来衡量一个企业呢？

也许你的公司的最佳规模就是5个人，也可能是40个人，也可能是200个人。

也没准只要你一个人加一台笔记本电脑就成。

不要提前幻想自己要做到多大规模，要慢慢发展，走一步看一步——时机未到就大肆拉人入伙的做法使很多公司走上了绝路。

同时还应该避免井喷式成长——这会令你扩张过头，错过最佳规模。

小公司并不只是一块跳板。

小公司本身就是一个伟大的目标。

你有没有发现小公司都想要变大，而大公司却梦想变得更敏捷、更灵活？

记住，一旦公司做大了，要想再缩小，就在所难免地要进行裁员、打击士气，还要完全改变业务模式。

你完全没有必要把向上爬作为你的目标。

我们要谈的也不只是你的员工人数，还包括你的花销、房租、IT设施、办公家具，等等。

这些事情并不会主动找上你，而是由你自己决定要不要背上这些东西。

如果你决定带着它们上路，也就等于是扛着新的麻烦出发。

由于背负了庞大的开销，你只能强迫自己创立一种很复杂的业务模式——它运营起来更加困难、更加紧张。

不要因为瞄准小公司就觉得缺乏安全感。

无论是谁，只要他所运营的公司能够持续发展、保持盈利，不管规模大小，都是值得骄傲的。

……



## &lt;&lt;重来&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

“本书是典型的37signals的风格，辛辣、简洁、机智、直接、靠谱……多读几次，能让你勇气倍增，起而行之，去干一番大事业。

——谢家华，美国网上鞋店首席执行官 “本书的精彩之处就在于它能让人反思过去习以为常的每一件事，包括战略、客户以及工作方式。

——威廉·C·泰勒，美国著名商业杂志《快公司》创刊编辑，《商业怪杰》的作者之一 “对我来说，本书带来了一个新的挑战：我必须努力克制住把每一页书都撕下来贴在墙上的强烈冲动……令人惊羨、震撼有力、灵感四射……这些形容词看起来像一个忠实粉丝在狂拍马屁，但(重来>真的很有用。读完这本书，迎接你的将是醍醐灌顶和动力十足的新鲜感受。

——凯西·西拉。

“深入浅出”系列畅销书的创始人之一 “深受启发……我们一直要求用更少的资源去做更多的事情，本书的作者则向我们展示了如何做更少的事情，却创造更多的价值。

——斯科特·罗森伯格。

《梦断代码》以及《无所不言》的作者 “把神圣不可侵犯的教条都留在象牙塔里吧，让37signals中那些不走寻常路的智慧火花和宝贵经验告诉你，如何在21世纪取得商业成功。让MBA的行话和咨询演讲见鬼去吧，我们要的是实用、可操作的建议，那才是酷玩意儿！”

——索尔·卡普兰，商业创新工厂(BIF)主要推动者 “阅读本书就像享受一次动人的私人约会，仿佛是身临其境与作者共坐对饮，本书不但睿智、精简，还真正做到了脚踏实地，绝对有别于那些不切实际的所谓‘哲学思想’。

这本书激起了我挑战现状的欲望。

——佩内洛普·特伦克，《公然野心家：成功新规则》的作者 “本书认为，一个组织就像软件中的一部分，可编辑、可扩展、可共享、可容错，对任何测试版都充满信心，可再造。许多作者都以‘产品越简单、越傻瓜越好’作为写作信条，而则批判地继承了 this 信条，既做到了智慧的简练，又没有流于平凡。

——约翰·梅达，《简单法则》的作者 “本书就像它的作者一样，反应敏捷、打破常规、振奋人心。这本书不仅是创业者必读的一本书，更是所有的职场中人都应该学习的一本佳作。

——杰西卡·利文斯顿，美国著名投资公司Y Combinator的合伙人，《创业者》的作者

<<重来>>

编辑推荐

《重来：更为简单有效的商业思维》是贾森·弗里德和大卫·汉森管理思维的结晶，是他们通过37signals通过自己的故事重新解读人们对于创业、商业模式的理解。这是全球第一本石破天惊、&ldquo;摇滚&rdquo;式的管理书籍。它提出的管理理念不为传统管理思想所囿，甚至挑战彼得·德鲁克、迈克尔·波特、加里·哈默尔等管理大师的管理思维；特立独行、高效、个性、人性、自由意识&hellip;&hellip;此外，这本书里还有100余张插图，采用涂鸦的形式，尽显让人耳目一新的思维角度和摇滚奔放的商业思维。

同名英文原版书火热销售中：ReWork

<<重来>>

#### 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>