

<<众包2>>

图书基本信息



## <<众包2>>

### 内容概要

群体创造的到底有多么大的魅力？

苹果运用群体创造提高了创新的速度，扩大了创新的规模，两年内为它的应用程序商店合伙开发者赚取了十亿多美元利润，在市场价值方面甚至都超过了微软；星巴克推出了在线平台来挖掘消费者的创意，快速高效地完成了经济的转型；联合利华利用群体创造重新设计了生产线（比如夏士莲洗发水），重振了经济增长；耐克通过群体创造取得了举世瞩目的成绩，这个计划让一百多万参与者能够彼此互动，并与公司互动，实施计划的第一年就增加了10%的市场份额。

企业究竟如何做到群体创造？

群体创造包括重新定义企业和个人的互动（个人包括消费者、企业员工、供应商、合伙人和其他利益相关者）让他们投入到价值创造的过程当中，感受多种体验，并制定新的突破性战略、设计有趣的新产品和服务、改变管理流程、降低风险和成本、增加市场份额、忠诚度和回报。

在丰富的研究成果基础上，两位作者与很多世界著名企业进行了成功的实践体验，该书中提到了许多世界一流企业运作群体创造的详尽实例，让你彻底明白，企业如何利用各类“参与平台”、如何重建内部管理流程，以便发挥出群体创造的力量。

你所在的企业还在固守传统的质量和精益思想的流程图吗？

还在担心无法实现可持续增长、可持续生产和可持续利润吗？

现在，你需要的是一种新的视野和新的实践——群体创造！

## <<众包2>>

### 作者简介

凡卡·雷马斯瓦米，密西根罗斯商学院营销学教授。  
他在全世界范围内宣扬、教授、讨论群体创造，并对许多想成为群体创造型企业的机构进行了指导。

弗朗西斯·古雅尔，“群体创造合作体验”的主席兼创始人。  
作为咨询师和导师，他帮助了世界上很多机构实施“群体创造”；他参与编写的《企业转型》广受赞誉。

## &lt;&lt;众包2&gt;&gt;

## 书籍目录

推荐序一

推荐序二

第一部分?价值的群体创造

第一章 成为“群体创造”的企业

耐克：“群体创造”的企业

星巴克的企业转型

群体创造：从现在开始

第二章 “群体创造”的原则

俱乐部旅游观光株式会社中的现场会议

戴尔的顾客参与

苹果公司零售店：零售体验转型

乐高积木的实体体验和数字体验

iPhone手机：移动参与平台

雀巢和诺基亚的客服中心转型

葛兰素史克的非处方减肥药阿莱：利用私人社区空间

印度斯坦联合利华、思爱普和英图易公司对公共社区空间的开发利用

第三章 群体创造型创新

Camiseteria：消费者作为设计主力军

华歌尔开启产品研发大门

创意无界：Orange

挖掘各方智慧：摩斯拉和意诺新

苹果内部的群体创造

IT的群体创造型创新：印孚瑟斯

商业新机遇：IBM和壳牌

第四章 群体创造带来商业网络的革命

兄弟：经销商参与到商业网络中

通用电气医疗集团合作伙伴与小企业的互动

丰田赛恩：搭建消费者与利益相关者之间的桥梁

美国压榨园葡萄酒厂：“群体创造”生态系统

第五章 用群体创造构建社会生态系统

印度烟草公司的“电子乡村会所”

小型企业的参与：BEME

环境和社会效应：ABB（阿西亚布朗勃法瑞公司）

非营利性公民领域：爱创家协会

第六章 搭建群体创造的平台

扩大体验空间

扩大互动的范围和规模

扩大平台链接

扩大生态系统中利益相关者的关系

“共同设计”的崭新一页

第二部分 管理中的“群体创造”

第七章 “群体创造”中的企业转型

法国邮政零售部门的群体创造型革新

企业转型新观

第八章 引领“群体创造”的企业

<<众包2>>

思科的管理改造

印度计算机有限公司：围绕员工体验的组织设计

伊尔姆环境资源管理咨询公司成长所面临的挑战

第九章 超越传统企业流程：群体创造参与体验

Predica保险公司：“群体创造”的新产品管理模式

群体创造的新战线

第十章 开放企业战略

凯泽化工的“群体创造”战略

企业战略：一个“群体创造”的发现过程

第十一章 “群体创造”制度变革

察亚纳瓦拉银行：“群体创造”慈善事业和公民银行

首尔：市民参与决策制定

南里奥格兰德的2020议程

印度证券交易委员会：寻找有形之手与无形之手的平衡点

结束语 “群体创造”声明

致谢

## 章节摘录

版权页：察亚纳瓦拉银行是西班牙的一家储蓄银行，总部设在西班牙南部纳瓦拉省的首府潘普洛纳。和西班牙其他的储蓄银行一样，察亚纳瓦拉银行是一家地区性的非营利银行，其建立的初衷是为了作出社会贡献、支持当地社区。

察亚纳瓦拉银行从建立之初就有着金融和社会的双重任务，也会将部分赢利分配给社会建设和福利事业。

西班牙的储蓄银行都是以“具有社会目的的私人基金”的法律形式成立的，它们的税金可以全额抵免，可以自由地开展业务，并和西班牙发达的银行系统中的其他金融机构展开竞争（西班牙银行系统为4500万人提供服务）。

在这个“后大型国际银行”时代，误导性业务层出不穷，西方民众对此极为愤怒，察亚纳瓦拉银行的赢利能力和顾客参与度是非常值得深入研究和效仿的。

察亚纳瓦拉银行首席执行官恩里克·戈尼于2002年走马上任，并致力于让察亚纳瓦拉银行在西班牙银行系统中脱颖而出。

西班牙银行系统中有60多家储蓄银行，所有这些银行都会投资一些社会事业（一些大型银行会投入其收益的17%至30%不等）。

当时，察亚纳瓦拉银行的社会事业投资和其他所有储蓄银行遵循着同样的模式：银行董事会决定投资去向，作出高度政治化的决策。

戈尼为董事会提出建议，将察亚纳瓦拉银行的社会事业投资交到顾客的手中，他说道：“以往作决定的人现在要把决定权交出来了。”

2004年1月，一项名叫“你选择，你决定”的计划新鲜出炉，该计划允许顾客在察亚纳瓦拉所支持的七项社会公益事业中进行选择，表达自己的偏好。

察亚纳瓦拉银行还将顾客的信用卡进行个性化设计，以显示顾客的选择，增强他们对该计划的认同感，也创造了一种强烈的情感联系。





## 媒体关注与评论

本书所阐释的理念将为我们开启一个不同的视角，从而让我们能深刻思考技术进步、文化变迁、经济发展、社会治理等问题。

——朱崧 清华大学经济管理学院教授这是一本不可错过的实用著作，运用鲜活案例为中国读者带来战略性的收益。

书中分享的先进理念和实践原则将帮助我们在当今和未来共同努力实现战略性创新。

——孙永玲博士 普华永道管理咨询合伙人、博意门咨询公司创始人由于通信费用的减少和沟通的增多，如今人们已经可以给价值创造的过程注入更多的动力，实现自下而上的价值创造。

这就是群体创造的变革，也正是这本书的作者们力图在书中解释和阐述的。

在这个新的时代，社会日渐网络化，企业管理者们，读读这本书吧，你将受益匪浅！——纳拉亚纳·穆尔蒂 印孚瑟斯集团董事长在乐高，我们也在进行群体创造，而目前它已成为实现创新实践的重要手段。

这本书提供了大量的鲜活事例和指导原则，让人们更好地了解以何种思维方式、切入点和手段来实现群体创造，而这也正是实现成功群体创造的关键所在。

——约根·维格·克努德斯托普乐高集团首席执行官

#### 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>