

<<大想法策略>>

图书基本信息

书名：<<大想法策略>>

13位ISBN编号：9789862161616

10位ISBN编号：9862161612

出版时间：2008.6.24

出版人：天下遠見出版股份有限公司

作者：博恩．史密特,Schmitt, Bernd H.

译者：羅耀宗

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>

<<大想法策略>>

内容概要

競爭的故事走到今日，每個人、每個組織都會企盼有個「大想法」。

而且你可能已經猜到：這本書所說的「大想法」就是指那種突破性的創新，它能引爆出如iPod、Google那樣豐厚的產品及品牌，也能創造出如維基百科、「窮人銀行微型信貸」、「百元電腦」（OLPC）那樣轟動有效的文明進程。

大想法的成果迷人、獲利驚人，但全球經濟體裡的萬千企業、成群管理顧問再加上許許多多優秀傑出組織工作者，為什麼還在原地嘆惜他們不能持續、有效的產出「大想法」？因為：我們少了一套真正眺望全新未來的「大想法策略」。

熟悉跨國企業及全球品牌革新的管理專家博恩·史密特，將以最精簡有效的理論提出組織與個人如何從「蒐集好主意」到「落實大想法」。

在本書中我們可以見證多樣與跨領域的案例：當經濟起伏、市場疲軟、產業成熟時，從國家、企業、組織到個人，都可以藉由發展自己的大想法謀求突破，不過，面對具高度創新性又需要勇氣與靈感配合的大想法，我們也要牢記：

大想法不只是「腦力激盪」、不是天馬行空胡思亂想，而是要聰明的抓住世界的機會。

大想法一旦落實，會代表某個領域的面貌將不再相同。

大想法必須永續常態、不是靠天外一筆；
「大想法組織」會讓團體裡抱持另類主意的人不再受挫退縮。
鼓舞大想法是條不歸路。

這本書是寫給想超越當下局面的組織與個人看的；如果你對現狀已經感到不耐至極、如果你對年復一年的組織與事業目標已失去興奮感、如果你對「用老方法辦事而事倍功半」愈來愈火大，閱讀本書就是你的「大想法」起跑點。

閱讀大想法策略，學會革命性創新的關鍵技術

- 尋找大想法創意的五種思考工具
- 有什麼策略流程可以讓我們務實評估大想法可行性，又不會過早扼殺好點子？
- 精算成本、控管分析等這類「小想法」仍然是我們工作中必要用到的，但要怎樣避免組織裡因為職能分工而產生的「小想法」，不時滲透到大想法策略中？
- 大想法策略有四種型態：超越、精髓、對立、整合；它們各自面對什麼風險、又需要什麼能力？它們的代表性案例又是哪些？
- 大想法策略不同於傳統策略，當你在落實不確定性高的大想法時，要如何擬定執行計畫？

<<大想法策略>>

作者简介

博恩·史密特 (Bernd H. Schmitt)

專精於品牌創新、行銷的管理學專家，目前執教於哥倫比亞商學院，並且是該學院「全球品牌研究中心」的總監與創辦人。

不論是教職或企業顧問身份，史密特是位活動力極強的國際管理學專家；他講學的地點包含亞洲、北美及歐洲，而許多著名的跨國企業如奧美集團、IBM、惠普、西門子、三星電子等，均曾聘請史密特演講或擔任顧問。

同時，史密特也是體驗行銷集團 (EX Group) 的執行長。

在管理學界中，史密特常以「用趣味生動手法實踐及詮釋新穎觀念」的風格知名，他是CNN財經網、BBC等國際媒體邀請談論財經時事的常客，也經常發表文章於《紐約時報》及《金融時報》，除了《大想法策略》外，自他於1999年發表了最膾炙人口的《體驗行銷》(experimental marketing) 一書以來，至今已寫作了七本商業書籍，並且被翻譯成十四種語言版本發行。

<<大想法策略>>

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>