

## <<创业者手册>>

### 图书基本信息

书名：<<创业者手册>>

13位ISBN编号：9787111405306

10位ISBN编号：7111405307

出版时间：2013-1

出版时间：机械工业出版社

作者：[美] 史蒂夫·布兰克,[美] 鲍勃·多夫

页数：463

译者：新华都商学院

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>



## <<创业者手册>>

### 内容概要

我们发现，企业的成功程度和创始人使用本书的频繁程度成正比。书中折角越多，书被翻得越破，企业取得的成功就越显著。阅读本书切忌囫囵吞枣。

所有创业者都坚信自己的道路与众不同，他们在踏上创业之路时从不设计路线图，认为其他模式或模板并不适合自己。同样是初创企业，有些能够取得成功而有些只能沦落到廉价清库的下场，看起来这似乎是运气使然，然而事实并非如此。英雄成功的故事都是一样的。初创企业实现成功之路肯定是“熙熙攘攘”和容易理解的。换句话说，世上必然存在一条通往成功的真实且可重复的道路。本书为读者绘制的就是这条成功之路。

成功的创业者善于抛弃大公司应用的传统产品管理和开发流程，善于结合敏捷工程和客户开发，以不断迭代的方式建立、测试和寻找商业模式，从而实现从“未知”到“已知”、从“不确定”到“确定”的转变。成功的创业者充分意识到，他们的企业“愿景”只是一系列未经测试的假设条件，需要通过“客户验证”来说明其可行性。为此，他们坚持不懈地测试自己的观点，不惜经年累月地调整方向以保存现金，避免在客户不喜欢的产品和特性上浪费时间。

《创业者手册》，顾名思义，它是一本指导你逐步实现初创企业运营的全面、详细的手册。它能帮助企业创始人熟悉客户开发流程，让他们走出办公室接触真实的客户，最终开发出客户乐于购买的产品。

## <<创业者手册>>

### 作者简介

史蒂夫·布兰克 (Steve Blank)，史蒂夫·布兰克为创新提供了强大的驱动力，他以崭新的观点重塑了初创企业的构建方式及创业学的教授方式。本书是他为创业者贡献的最新力作。

史蒂夫开创了客户开发法，这一方法随后引发了精益创业运动。他在斯坦福大学、加州大学伯克利分校和哥伦比亚大学教授创业学，其博客[www.steveblank.com](http://www.steveblank.com)是全球创业者的必读内容。2011年，在客户开发法的基础上，史蒂夫开发了精益商业模式这一实践课程，该课程随即被美国国家科学基金会用来培养其所遴选出的学生和科学精英。

## <<创业者手册>>

### 书籍目录

如何阅读本书

序言

此书为谁而作

导论

入门知识

第1章 通往灾难之路：初创企业并非大企业缩微版

第2章 实现顿悟之路：客户开发模型

附录2a 客户开发宣言

第一步：客户探索

第3章 客户探索简介

第4章 客户探索第一阶段：描述企业商业模式假设

第5章 客户探索第二阶段：走出办公室检验问题——客户是否关注

第6章 客户探索第三阶段：走出办公室检验产品解决方案

第7章 客户探索第四阶段：验证商业模式，调整或继续

第二步：客户验证

第8章 客户验证简介

第9章 客户验证第一阶段：做好销售准备

第10章 客户验证第二阶段：走出办公室销售

第11章 客户验证第三阶段：产品开发和企业定位

第12章 客户验证第四阶段：调整或继续？

核查清单

附录a 术语表

附录b 如何建立网络初创企业：简单回顾

致谢

作者简介

## &lt;&lt;创业者手册&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：企业创始人踏上的是让梦想成真、实现商业成功的征途。为实现这个目标，他们必须忘掉现状，与志同道合者组成团队，一起在充满恐惧、疑虑和不确定性的未知新道路上奋力前行。

在这条道路的前方埋伏着各种障碍、困难和灾难，在实现成功的过程中受到考验的不只是他们的财力、物力，同样也包括他们的精力、灵活性和勇气。

踏上一条充满恐惧、疑虑和不确定性的未知新道路。

每个创业者都坚信自己的道路与众不同，他们在踏上创业之路时从不设计路线图。

认为其他模式或模板并不适合自己。

同样的初创企业，有些能够取得成功，而有些只能沦落到廉价清库的下场，看起来这似乎是运气使然，然而事实并非如此。

正如坎贝尔所说的那样，英雄成功的故事都是一样的。

因此，初创企业实现成功之路肯定是“熙熙攘攘”和容易理解的。

换句话说，世上必然存在一条通往成功的真实且可重复的道路。

本书为读者绘制的就是这条成功之路。

一条可重复之路 20世纪下半叶，初创企业认为已经找到了通往成功的正确道路。

它们利用产品开发法，按照商学院指导大企业经营几乎相同的做法开发和应用管理流程。

这些流程为产品开发的每一步都提供了详细的商业计划、检查点和具体目标，如衡量市场规模、估计销售、开发营销需求文件、设置产品特征排序等，然而令人尴尬的是，尽管应用了上述所有流程，人们发现无论公司大小，无论企业成立时间长短，最终十之八九的新产品开发都以失败告终。

而且，无论产品来自哪个类别，如高科技或低科技、在线产品或线下产品、消费品或商用品；也不管产品投资程度高低，结果总是高度一致。

然而即使目睹了数十年类似的失败经历，投资者依然对初创企业无力执行商业计划感到吃惊不已，依然继续依赖相同的产品导入流程。

现在我们终于知道了问题所在，原来初创企业一直都在使用适合已知商业模式的手段进行产品开发，殊不知它们自身还充满着各种不确定性。

## <<创业者手册>>

### 媒体关注与评论

为了避免你的企业在婴儿期就突然死亡，为了增加你的企业成功的机会，请务必阅读此书并付诸实践。

——亚历山大·奥斯特瓦德 《商业模式新生代》合著者                      这本书在创业教育领域是不可多得、具有全新经验的创意文本。

——帕特里克·弗拉斯科威茨 《客户开发创业者手册》合著者                      史蒂夫，布兰克用客户开发方法拯救了产品开发方法。

——巴巴克·尼韦 Venture Hacks 网站创始人兼主编                      本书所讲的超级简便的两步流程可帮创业者做好产品与服务。

——金柏莉·威弗琳 作家、创业家                      认真研读本书，创业者能够节省无数资金和人员投入

。                      ——斯科特·霍夫曼 作家、演讲家

<<创业者手册>>

编辑推荐

<<创业者手册>>

名人推荐

<<创业者手册>>

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>