第一图书网, tushu007.com

<<成功战略规划10步骤>>

图书基本信息

书名：<<成功战略规划10步骤>>

13位ISBN编号：9787113112042

10位ISBN编号：7113112048

出版时间：2010-5

出版时间：中国铁道

作者：(美)苏珊·巴克斯代尔//泰瑞·伦德|译者:刘晓红

页数：212

译者：刘晓红

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

大多数成功的公司都实行战略规划。
这些公司不仅从最终规划的战略中获益，而且规划过程本身也使它们受益匪浅。
规划是通往成功的地图，规划过程把公司领导层联合了起来，加强了对公司重要信息的交流。
如今波动无常的市场环境要求员工、工作小组和公司不仅要对各自的角色及其提供的产品、服务有清晰的了解，还要知道如何在变化无常的市场海洋中成功前进。
与团队和个人规划直接相关的战略规划能创造结果导向性的公司文化。
面对陕速变化的市场环境，很多公司已经意识到：如果没有战略规划，他们无法在全球性的基础上与他人竞争。
战略规划能鼓励创新，增加公司内部人员的相互了解，创造忠实于他们的产品和服务的顾客群。
战略规划决定了公司今后要走的路（无论是继续按照原样还是改变方向），预测了今后的市场环境、顾客基础和生产线会如何变化以及公司在今后的发展中要承担的风险。
通过战略规划，公司设定了未来2～5年的优先发展方向，决定了如何分配重要资源。
如果规划做得正确，它能激励员工达到预定的目标和战略。
在进行重新调整和定位时，战略规划能解释作出改变的原因，并通过重新定义公司的目标和重大战略重新聚焦工作重心。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书提供了已验证过的程序和工具用来帮助您制定可行的战略规划。
这种规划不仅鼓励创新，还可增加企业人员的相互了解，创造出忠实于企业产品和服务的顾客群。
本书能帮您快速、成功地制定战略规划。
每一章都具体介绍一个步骤：　第1步为战略规划奠定基础　第2步调查商业环境　第3步收集相关数据　第4步分析数据　第5步陈述目标、愿景和价值观　第6步排列需求．确认风险系数　第7步设计并验证战略　第8步选择战略，优化资源　第9步记录并沟通战略规划　第10步维护战略规划

作者简介

苏珊·巴克斯代尔（Susan Barksdale），泰瑞·伦德（Teri Lurid）：苏珊和泰瑞已经一起工作超过15年了。
她们提供战略规划和战略评估的商业咨询服务。
这些咨询能切实帮助企业加速进程、提高表现，她们也因此而广为人知。
她们把这项能力转变成简单易行的理论，进而广受赞誉。
她们曾为很多企业服务过，包括惠普、因特尔、微软、美国银行、SUN系统等。

书籍目录

引言【第1步】为战略规划奠定基础　案例分析：奠定基础　定义范围　规划结果和长短期目标　确定时间表　选择关键成员　获取支持　获得许可　营销你的战略规划【第2步】调查商业环境　案例分析：调查商业环境　启动战略规划　为战略规划制定项目计划　收集商业信息　开展SWOT分析　确定业务驱动力　与高层管理人员面谈　为资料收集设定指导方针【第3步】收集相关数据　案例分析：收集数据　数据收集计划　选择数据收集方法　焦点小组和访谈　调查　背景调查　确认数据资源　使数据有效性和可靠度最大化【第4步】分析数据　案例：分析数据　编码和分类数据　组织数据用于编码　完成计算　分析数据　检查数据确定关键结果、结论和建议　证实结果　汇报结果和赢得承诺【第5步】陈述目标、愿景和价值观　案例：目标、愿景和价值观陈述　定义目标陈述、愿景陈述和价值观陈述　设定议程，创建目标、愿景和价值观　审查主要发现　创建目标陈述　创建目标　创建愿景陈述　创建价值观陈述【第6步】排列需求，确认风险系数　案例：优先需求　建立标准，设置优先项　排列优先项　确认并管理风险　创建抉择矩阵【第7步】设计并验证战略　案例：选择战略　确定业绩成效和战略评估　验证最终战略　创建战略规划　分配行政问责【第8步】选择战略，优化资源　案例：优化资源　按成果优先选择所需的资源　使用成本模式对所需资源进行优先排序【第9步1记录并沟通战略规划　案例：记录和沟通　记录战略规划　沟通战略规划　沟通计划过程的6个步骤　根据听众的变化修改你的信息【第10步】维护战略规划　案例：维护计划　安排战略规划审查　识别触发维护的因素　运用一个具体过程来维护战略规划

章节摘录

工作组讨论了公司内部需要有什么变化，变化的广度和深度、变化的过程以及所需的结构成分。
接着他们又讨论了调查结果与任务、愿景以及目标之间的不协调部分。
成员们提出了这个问题：目标、愿景以及价值观需要修改吗？
经过长时间的激烈讨论之后，他们同意将焦点放在那些有助于增加组织收入且提高员工和顾客满意度的调查结果上面。
通过这个确定优先项的分析，规划者和经理确立了内部经营目标并且绘制了互通的时间表。
一旦原有的战略因为战略报废而不再有价值或者要为计划过程中设计新战略提供补救战略时，他们就会定个时间相互讨论。
他们也建立了一个评估表以确保每一个所选的战略都能紧跟管理上的优先项。
SQ公司：将市场营销计划作为关键战略　　SQ医疗是一家拥有5万名员工的医疗设备和药品研究公司。
战略规划工作组收集的数据显示，组织内只有一小部分人知道公司的主要目标。
规划者也发现，顾客大都不清楚SQ具体提供什么样的服务以及他们是如何通过辅助服务赚取利润的。
为了解决这个问题，规划组决定创建一个市场营销计划并将其作为公司的关键战略之一。
SQ认为应该让他们的目标顾客了解他们产品、服务和项目及其可以保证配送的东西，这样它就可以避免承担超出能力范围的工作了。
在创建营销计划时，SQ也决定停止某些项目并对公司提交的项目进行不间断的需求分析。
这些战略是他们新战略的基础。
确定业绩成效和战略评估　　确定每个战略的预期效果是战略规划中重要但却经常被忽视的部分。
预期效果是指有效实施战略之后会达到什么样的业绩成效——确切地说是采取行动之后会发生什么。
在选择你的预期效果时，也许表7.1上的潜在成效清单会对你有所帮助。

<<成功战略规划10步骤>>

编辑推荐

《成功战略规划10步骤》是指组织通过一系列有规范的活动，对组织作出重要选择和根本性决定的行动，从而定义一个组织是什么、做什么和为什么做。
它是一个正式的过程和仪式，是通往成功的地图。
大多数成功的公司都实行战略规划，这些公司不仅从最终规划的战备中获益，而且规划过程本身也使他们受益匪浅。
通过战略规划，公司设定了未来的优先发展方向，决定了如何分配重要资源。
如果规划做得正确，它能激励员工达到预定的目标和战略。
在进行重新调和定位时，战略规划能解释作出改变的原因，并通过重新定义公司的目标和重大战略重新聚焦工作重心。

第一图书网, tushu007.com

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