

<<世界因你而改变>>

图书基本信息

书名：<<世界因你而改变>>

13位ISBN编号：9787115287359

10位ISBN编号：711528735X

出版时间：2012-9

出版时间：人民邮电出版社

作者：彼得·桑德

页数：210

字数：100000

译者：郭书彩,闫屹

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>

## <<世界因你而改变>>

### 内容概要

乔布斯逝世一周年到来之际，我们用什么方式纪念他最为合适？  
他留给我们的精神财富中有哪些最值得我们借鉴？  
如果你想在工作中像乔布斯一样充满改变世界的能量，却又不知如何开始，那么千万不要错过这本为你量身打造的“乔布斯风格百科全书”。  
想知道乔布斯遇到问题时会怎么做，听彼得·桑德为你娓娓道来！  
本书语言简练、质朴、优雅，内容全面，结构紧凑，逻辑清晰，是金秋10月乔布斯逝世纪念日不可错过的纪念版好书！

## <<世界因你而改变>>

### 作者简介

彼得·桑德曾在硅谷一家知名大型高科技公司担任市场营销项目经理长达21年，拥有印第安纳大学MBA学位，目前居住在美国加利福尼亚州的花岗石湾。

彼得·桑德曾在商业、个人理财和选址参考等领域担任过研究员、顾问等职位，著有或与他人合著过27本书，其中包括《2012年你可以买的100只最佳科技股》（The 100 Best Technology Stocks You Can Buy 2012）、《创新策略》（The Innovation Playbook）、《电通之路》（The Dentsu Way）、《傻瓜价值投资入门》（Value Investing for Dummies）、《2012年你可以买的100只最佳股票》（The 100 Best Stocks You Can Buy 2012）、《每一个美国人都应该了解的101个经济学问题》（101 Things Every American Should Know About Economics），以及《城市排名与评价》系列丛书等，另外他还担任过投资策略栏目作者一职。

## <<世界因你而改变>>

### 书籍目录

#### 引言 写给乔布斯的追随者

是乔布斯的才华、激情和活力孕育了那无数个新发明，让我们每个人的生活都变得更加丰富和美好。世界因乔布斯而精彩。

#### 世界因你而精彩

##### 苹果传奇

##### 传奇的缔造者

“求知若饥，虚心若愚”

#### 第1章 巨星诞生

在我看来，电脑是我们曾经想象出的最超凡的工具，它就好像是我们心灵的自行车。

#### 童年

宁愿像“嬉皮士”一样生活

##### 印度之旅

##### Apple I 问世

“苹果”名字的由来

伟大的愿景在Apple II的诞生中成形

##### 从创业到离开

一切为了Mac

#### 第2章 涅槃重生

如果你觉得做一件事的结果会相当不错，那么你就应该去做另一件结果同样精彩的事，而不该在前面那件事上纠缠太久。

你要搞清楚接下来该做什么。

#### 离开苹果的那段日子

##### 王者归来

##### 东山再起

iPod，让你换种方式听音乐

iPhone，一键成功

iPad，集万千宠爱于一身

逆流而上：在零售业实现卓越成就

“不幸的是，这一天已经到来”

#### 第3章 乔布斯的领导模式

仅靠“民主”，我们生产不出伟大的产品--我们需要一位有能力的“暴君”。

#### 所有的领导者都是“暴君”

领导力的传统定义

奏响非凡的节拍

“暴君”的一面

叛逆者

领导力的新定义

追求成就，而非金钱或权力

如何受人尊敬

左膀右臂

乔布斯领导模式六步曲

## <<世界因你而改变>>

### 第4章 制造客户需求更重要

如果我问客户想要什么，他们只会告诉我，“让马跑得再快点”。

“埋葬”新发现

“马跑得慢”并不是问题所在

客户意识无处不在

感知客户

“看到客户”

看到客户体验

成为客户

我们需要自己去尝试

史蒂夫·乔布斯会怎么做

### 第5章 愿景的力量

当乔布斯以某件事为愿景时，这一愿景的力量足以横扫所有的反对意见和问题。

反对意见和问题从此将不复存在。

我们只是完善了它

发明和创新的区别

什么是愿景家

你能成为愿景家吗

什么是愿景

不要混淆愿景和使命

不要混淆愿景和激情

整合至上

史蒂夫·乔布斯会怎么做

### 第6章 创新文化的真谛

真正的艺术家能将想法转化为畅销商品。

积极进取的文化

“当海盗比加入海军更有趣”

“这里的系统是没有系统”

“把工作做好的唯一方式就是热爱你所做的事”

抓住重点

史蒂夫·乔布斯会怎么做

### 第7章 企业领导终极目标--产品

这东西一直是我们的梦想，现在我们要实现它，这感觉真棒。

产品很“酷”

“它不是一部手机，而是一个平台”

“简约不简单”

别忘了要“酷”

史蒂夫·乔布斯会怎么做

### 第8章 信息的魅力

他很会宣传。

天啊，他可太会宣传了！

做公司的代言人

<<世界因你而改变>>

良性循环

信息--简约、优雅

独特的演讲风格

舞台上的乔布斯

史蒂夫·乔布斯会怎么做

第9章 缔造个人品牌

我有一个可怕的消息要告诉你们：今天早些时候史蒂夫去世了。

品牌的本质

创建个人品牌

个人品牌至关重要

个人品牌与公司品牌

赢在巅峰

史蒂夫·乔布斯会怎么做

乔布斯的精神财富永世长存

## <<世界因你而改变>>

### 章节摘录

版权页：切忌纠缠于内部事务 组织规模扩大了，人们往往会更注重程序。

这是因为当组织规模扩大时，团队每位成员在较大组织中的作用或任务就会相对变小，而当人们在项目或程序中的参与部分越来越小时，组织就会引用正式的程序，目的是为了让人们能够相互沟通，并确保每位团队成员都能够继续按计划做出自己的那一小部分贡献。

复杂的管理方式、烦琐的沟通程序、检查会议以及其他各种形式的日常管理开始渗透到组织中。很快，团队成员为这些内部程序做准备的时间，就会超过他们花在客户和其他任何企业外部事宜上的时间。

这就像汽车生产线上的工人一样，他们已经看不到汽车整体如何，只是一个劲儿地盯着自己需要安装到汽车上的螺栓而已。

除此之外，组织开始为自身利益服务，而不再以满足客户的需求为目标。

一切都是为了实现某个内部目标或达到某个内部要求而进行的。

就连研发团队也开始关心是否能够获得专利，而不再关心是否能创造出令人兴奋的客户体验。

乔布斯下定决心不能让这种情况在他的组织中出现。

之前，官僚主义的触角已经开始在斯卡利领导的苹果 团队里安营扎寨了。

乔布斯的出路就是挑选100名员工组成Macintosh团队。

但是，官僚主义势力最终还是获得了胜利，就连苹果公司在1984年推出的那则广告也差点成了牺牲品，原因是因为这一官僚势力更关心的是自己利益而不是如何改变世界。

<<世界因你而改变>>

编辑推荐



<<世界因你而改变>>

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>