

<<竞争情报完全指南>>

图书基本信息

书名：<<竞争情报完全指南>>

13位ISBN编号：9787300061412

10位ISBN编号：7300061419

出版时间：2005-3

出版单位：人民大学

作者：柯克·W·M·泰森

页数：320

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>

<<竞争情报完全指南>>

内容概要

本书是柯克·W·M·泰森先生从事战略工作25的经验结晶，是企业管理者们的随身教练，详尽地介绍了战略情报的分析过程：如何正确、客观地评价对竞争情报的需求程度；如何设计竞争情报的实施过程；如何通过组织竞争情报组来集中人、情报，努力有效的收集信息，分析企业的竞争实力，以便制定并及时变革战略。

本书共14章，主要内容包括：设计CI流程，评估需求，设计执行计划，组织CI团队，收集内部外部信息分析竞争情况，饯情报，保护企业秘密等。

本书适用于所有工商企业及其他组织中的企业管理人员，创业者，独立的商务咨询人员，与产业发展战略有关的研究售货员，同时也可人微言轻商学院教师和学生的战略管理课程参考书，企业管理人员的培训用书，对那些希望通过竞争情报管理，掌握自己命运的投资人以及希望学会竞争情报分析方法的自学者同样适用的。

<<竞争情报完全指南>>

作者简介

柯克·w·M·泰森。

CMC。

CPA 柯克·w·M·泰森先生25年来一直为顾客提供基于时间的战略研究 (time-based strategic research)。

他特别擅长竞争情报、战略策划、基准管理、业务推广和管理信息系统工作。

泰森先生的客户包括超过75家的"财富100强" (Fortune 100) 公司和超过500家的《商业周刊》 (Business Week) "Global 1 000"强企业。

柯克·w·M·泰森先生的著作包括1998年和2002年出版的《竞争情报完全指南》 (孤P Complete Guide to CompPtiti训P Intelli- gence)、1996年出版的《21世纪的竞争》 (Competition in the 21 a Century)、1990年出版的《竞争者情报制作指南》 (Competitor In- telligence Manual and Guide)、1986年出版的《商务情报》 (Busi- hess Intelligence)、1982年出版的《商务规划》 (Business Plan- ning), 以及2002年末出版的《永恒的战略家》 (nP Perpetual Strategist)。

泰森先生还是一位广受赞誉的研讨会领袖, 他曾出席过20个

<<竞争情报完全指南>>

书籍目录

第1章导论.....	1四个成功案例.....
.....2CI定义.....4CI姗姗来迟的原因
.....5规范方法的益处.....6第2章设计CI流程.....
.....8工业时代—信息时代—情报时代.....9知识发展的需要.....
.....10从零开始.....11关注CI与战略管理的联系.....
.....12避免分析停滞.....13注重全景胜于精确性.....
.....15更强调原始信息.....16根据内部客
户需要传送情报结果.....17尽可能的分权管理CI.....
.....18由人控制CI流程(而不是由CI流程控制人).....19将执行信息系统用于设计CI流
程.....20从CI流程的职能观开始.....
.....22树立组织观.....23树立系统观.....
.....24设计CI与战略管理之间的链接.....26避免单一解决方案.....
.....27决策制定更加结构化.....29创建持
续的战略流程.....31最好的决策应包容最多的冲突.....
.....34有效运作.....34第3章评估CI需求.....
.....37CI需求评估的意义.....38采访
高级主管.....38采访业务单位或业务集团的主管.....
.....39采访业务单位或业务集团的管理人员与员工.....39采访业务单位或业务
集团的协调员.....40详细的访谈多多益善.....
.....41第4章设计执行计划.....47谨记成本效益目标.....
.....48确定对情报流程的需求.....49获得其他
人的协作.....50明确报告需求.....
.....50确定数据需求与数据来源.....51收集信息并准备原型报告...
.....52确定自动化的最佳方法.....52成功
情报的关键.....53保障有效的实施计划.....
.....56第5章组织CI团队.....62设定目标.....
.....62分析人员需求.....63
小企业与大企业的对比.....64小企业或大企业的业务单位.....
.....64大企业.....65如何最好的运用
第三方调研.....68在组织内推销观念.....
.....68为未来而组织--情景之一.....69第6章集中情报努力.....
.....78了解市场的必要性.....78为什么关注
关键成功因素至关重要.....79不要忘记直接的、间接的与潜在的市场力量.....
.....85第7章收集公开信息.....87首先联系的两个最重要的人
物.....88最佳起点.....
.....88迅速89剪报服务的重大价值.....
找到最佳成本效益渠道.....92宝贵的财务信息渠道...
.....90企业的"宣传资料袋".....92国家信息渠道.....
.....9494最佳秘诀--地方政府信息.....
州 / 地区政府信息渠道.....96数据库检索方法...
.....95利用外部在线数据库.....97数据库与剪报服务--赞成与反对的意见.....
.....98举办信息讨论会.....101开发内部网络.....
.....102第8章收集内部信息.....103公开信息的缺陷
.....103你需要了解的信息中有80%可能已经存在于组织内部了!	

<<竞争情报完全指南>>

.....104发掘"潜在财富".....

.....104市场与销售：显而易见的的第一步.....104操作人员：鲜为人知的小道传播.....106会计与财务：他们的价值超过你的预料.....107工程设计：他们不会写下来，但是.....109人力资源：他们的书架不只是装饰.....109最佳方法.....111主动与被动方法.....112网络技巧.....

...112第9章收集外部信息.....132情报收集与基础市场调研.....

.....133有效的工具与技巧.....134获得结果的五种技巧.....136确定致电对象.....

...142电话博弈计划.....145决定如何提问.....

.....146第10章分析竞争情况.....148传统的自下而上方法.....148传统的自上而下方法.....

.....160增长 / 份额矩阵.....161业务屏矩阵.....

.....163产业成熟度 / 竞争地位矩阵.....164基准技巧.....

.....166满足情报意图的最佳方法.....

.....166将分析与关键竞争因素相结合.....168问题法.....

.....169如何更有效率的方法为你所用.....171是你驾驭流程，而非流程驾驭你.....173第11章包装情报.....

.....175将情报与战略计划相联系.....175识别信息的实质性要素.....

.....176决定信息的主要使用者与提供者.....177为什么点句能够提供最大效力.....177图表的重要性.....

.....178为什么层级方法必不可少.....178在何处强调最大化效果.....

.....179成功报告的关键.....186报告的系统方法.....

.....187结束语：管理陈述.....

.....189第12章保护企业秘密.....190最基本的防范机制措施.....

.....193第13章道德.....196竞争情报是一种策略游戏.....

.....196规则是什么？.....

.....197普遍接受的规则.....198疑则勿动.....

.....201第14章最后的忠告.....

...202正式情报流程的优点.....202成功获取情报的关键.....

.....203附录1简介、概况与评估.....205XYZ电气公司案例简介 / 评估.....205伍德普罗公司简介：项目相关评估.....

.....225Acme保险公司竞争基准简介.....227X公司专题深度评估管理信息系统.....234附录2 已出版资料来源：最好的起步.....258附录3 CI工作表目录.....284

<<竞争情报完全指南>>

章节摘录

CI需求评估的意义..... CI需求评估将有助于明确CI人员与企业其他部门工作人员在职责上的差别。

CI人员要做的第一步是全面了解企业的业务情况，要了解企业的宗旨和各个业务单位的特定战略。最好先从回顾组织的战略计划开始，包括企业整体战略计划和业务单位的特定战略计划；接下来是分别采访企业高层管理人员和业务单位主管。

采访高级主管.....即使请求主管们用他们自己的语言来描述企业业务会让你有些不习惯，你还是要请求他们讲述自己对企业所在竞争市场的看法，请他们描述企业在各个市场的总体战略和在这些市场取得成功的关键因素。

通过询问这些问题，你可以获得在年报和其他公开信息中无法了解到的信息。

在和主管们谈论了企业的总体情况、关键成功因素和市场竞争情况后，请他们描述各个市场的主要竞争力量：谁是企业的主要竞争对手？这些竞争对手在市场上如何竞争？竞争对手最主要的竞争优势是什么？讨论了竞争情况后，还要问他们哪些类型的竞争信息对他们来说最为重要。

你通常会发现，他们把一个有关新闻和增值分析的信息组合作为最重要的信息。

这些信息包括早期预警信息、对现有信息的分析和竞争对手可能的动向。

P38首先联系的两个最重要的人物..... 企业内部的图书管理员和法律顾问无疑是检索公开信息的最佳起点。

图书管理员有助于缩短搜寻信息来源的时间。

他们本性好奇，在信息渠道领域受到过训练，乐于在寻找信息方面帮助他人。

他们常常拥有无数的目录、索引及其他相关材料。

即使不能直接获得信息，他们也知道该到哪里去找。

注：图书管理员不仅是一种很好的信息来源，在一些企业中，他们还是CI流程的协调者，负责向市场、计划、或研发部门提供报告。

另外，企业法律顾问在研究竞争对手的历史和目前法律诉讼方面能够提供帮助，他们能提供该如何获得政府文件，以及竞争者对政府合同的出价等方面的信息。

最佳起点..... 检索互联网是开始收集公开信息的一个简单方法。

通过使用网景 (Netscape)或其他浏览器和搜索引擎，能够收集到与检索内容相关的特定企业或产业信息。

注意收藏那些你最喜爱的网站，以便定期查看。

另外，可以通过内部网络提供直接链接，使其他人也能得益。

除了互联网，本书末尾的附录2中历数了一些收集公开信息的最佳渠道。

它们都能够在公共图书馆或外部在线数据库中找到并使用。

使用这些渠道几乎能找到世界上所有企业的各种信息。

其中有一小部分还能提供大企业的下属部门或私人企业的信息。

在参考资料之外，情报还可以来源于年报，产品说明书，以及这些渠道中提到的报纸杂志上的文章。

特别有用的公开信息渠道种类有：企业目录：这些目录，如《胡佛》(Hoover's)，提供了世界上主要企业的背景及简介。

协会目录：《协会百科全书》(Eric。

3, clopedia of Associations)等出版物提供一些不太为人所知的协会信息，这些协会很可能为你所在的行业服务。

经验表明，在情报收集过程中，小型协会更能够提供帮助。

期刊目录：这种目录提供报纸、杂志和商业期刊信息，能够帮你找到那些可能包含所在市场信息，但是不太为人所知的出版物。

另外，还应该与编辑和作者建立良好关系，以使正在进行的信息收集工作获得最大效果。

<<竞争情报完全指南>>

投资分析师目录：《尼尔森目录》(Nelson's Directory)等出版物会提供特定公司投资分析师的姓名及电话。

与他们建立关系。

他们常常会通知竞争对手的未来计划与战略细节。

名人录：《马奎斯名人录》(Marquis Who's Who)及其他出版物会提供关键人物的背景信息--是打电话采访这些人的很好的前奏。

再次强调，去咨询图书管理员。

不幸的是，图书管理员常被认为是级别比较低的信息提供者。

随着经理们对信息重要性的认识，以及对图书管理员在获得信息中的特殊技巧的欣赏，图书管理员在开发业务战略中变得越来越重要。

P89

<<竞争情报完全指南>>

媒体关注与评论

一套高效及时的竞争情报系统，应该能够敏感地觉察到对企业的竞争活动具有重要意义的外部刺激（不管是竞争对手的异常行动，还是竞争环境的微小变化），然后将这些刺激转化为能够让决策层采取行动的情报。

本书理论与实践相结合，由浅入深，逐步地帮助企业建立起一套经济有效的CI流程。

--上海财经大学产业经济专业博士生导师干春晖企业的洞察力和执行力来自于对企业运行环境的正确识别和理解；来自于对自身能力及能力来源的正确判断；也来自于以强势组织和配置内外部资源。

本书为努力追求持续竞争优势的企业提供了有效---T-段：建立竞争情报系统，更客观、更清晰、更连续地了解环境、了解自己；理解过去和现在的轨迹，预测未来的方向。

--上海财经大学教授博士生导师王玉

<<竞争情报完全指南>>

编辑推荐

企业竞争情报专家柯克·W·M·泰森先生总结25年以来的工作经验写成了这部企业管理的专业著作。全书共分14章，分别介绍了设计CI流程、评估CI需求、设计执行计划、组织CI团队、收集内部/外部信息、分析研究竞争情况、包装情报、保护企业秘密等几个方面的内容，适合工商企业及相关行业管理人员及对此感兴趣的相关专业的教师和学生。

<<竞争情报完全指南>>

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>