第一图书网, tushu007.com

<<复苏-互联经济时代的行业趋>>

图书基本信息

书名：<<复苏-互联经济时代的行业趋势和发展机遇（上下册）>>

13位ISBN编号：9787506054010

10位ISBN编号：7506054019

出版时间：2012-11

出版时间：东方出版社

作者：IBM商业价值研究院

页数：全两册

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

内容概要

本书收录了IBM商业价值研究院2011-2012年度出品的27篇研究报告，内容覆盖了政府与公共事业、金融、电信、消费品、汽车、交通运输、生命科学、媒体与娱乐等多个行业。

在金融保险行业部分，基于对全球金融业发展的观察和中国同行业现状的理解，对中国的金融保险业提出良好建议，并引入云计算的观念。

在政府、医疗卫生与公共事业部分中，作者提出了智慧城市的概念，指出了公共部门的核心管理能力是什么、医院管理转型模式以及了解智慧型能源消费者。

在零售行业部分，作者对三个成熟市场和三个高增长市场中的30
000多名消费者展开调查，目的是探究消费者将来希望从零售商那里得到什么。
同时，还关注了那些主要为消费者提供服务而非产品的行业，包括连锁餐饮，连锁经济型酒店，连锁娱乐和连锁教育机构等。

在电信业部分，回答了电信行业在今后五年将如何演进？
运营商的战略是主动出击的还是保护性的？

在制造业部分，表达了应该如何应对互联互通和只会画的消费趋势。

在旅游和交通部分，提出了全球航空业不能忽视的发展趋势以及如何增强消费者的旅行体验。

其他部分中，对于能源和媒体娱乐业进行了独到的分析。

作者简介

IBM全球企业咨询服务部
IBM全球企业咨询服务部积极与客户协作，为客户提供持续的业务洞察、先进的调研方法和技术，帮助他们在瞬息万变的商业环境中获得竞争优势。
从整合方法、业务设计到执行，我们帮助客户化战略为行动。
凭借我们在17个行业中的专业知识和在170多个国家开展业务的全球能力，我们能够帮助客户预测变革并抓住市场机遇实现盈利。

IBM商业价值研究院
IBM商业价值研究院属于IBM全球企业咨询服务部，主要为企业高管就特定的行业和跨行业关键问题开发基于事实的战略洞察力。
IBM在中国拥有一支致力于研究整个大中华区市场的商业价值研究院团队。

第一图书网, tushu007.com

<<复苏-互联经济时代的行业趋>>

书籍目录

序1
序2
第一部分 金融保险行业
第一章 作好准备 集中精力 应战未来——银行如何备战未来
眼前的战斗
业务模式创新
客户洞察力
风险管理
您是否作好准备、集中精力，能够应战未来了呢？

第二章 中资银行迈向国际领先商业银行之道
摘要
面对经济转型期的全新挑战
国内商业银行跃升的三大策略
结论
第三章 从云计算到基于云的业务模式——国内银行未来创新机会
执行摘要
云计算带来新的业务模式创新与转型机会
国内银行基于云的业务模式创新机会思考
迎接云时代到来，需要关注的问题
结束语
研究方法
第四章 强大的交互点——告别渠道
更接近客户
未来的客户——多样化、多模式
组合与匹配交互点
第五章 移动互联时代的个人财险创新
执行摘要
移动互联时代中国个人财险市场的现状、机遇和挑战
移动互联网为个人财险市场带来创新机遇
消费者细分和消费者财险需求
五类人群具体的需求和创新机遇
发展个人财险市场对保险公司的战略要求
结语
第二部分 政府、医疗卫生与公共事业
第六章 以智慧城市支持中国城市经济转型和持续发展
执行摘要
中国城市化进程正在加速
中国城市必须面对的严峻挑战
智慧城市帮助解决城市发展的挑战
共建智慧的中国城市
结论
第七章 利用分析的强大能力——公共部门提高分析能力，加快取得成效
我们的调研有哪些结果
巨大复杂性——分析的新挑战和角色

反语与可能性
分析：基本能力
掌握分析能力需要管理创新
成为“专业者”——需要采取哪些措施
举措1：注重成果，而非问题
举措2：围绕用途进行信息管理
举措3：使用分析能力获得洞察力，以实现特定目标
举措4：确定分析专业能力并融合到管理实践中
开始行动，创造动力
开始行动需要考虑的问题
研究方法与分析愿景指数（AVI）方法论
第八章 医院管理转型6+1
执行摘要
两个基本问题的思考和分析
医疗行业变化趋势分析
医院管理转型“6+1”模型
如何推动医院管理转型
第九章 退出市场或兴旺发展？
——重新思考生命科学公司在医疗生态系统中的角色
前言
众多挑战
变革发生在各个领域
过去和当前的选择
未来的选择
结束语：未来之路
第十章 照亮前程——了解智慧型能源消费者
了解并鼓励新消费行为
分析并细分消费者
了解客户在共享式网络中的交互
投资消费者
第三部分 零售行业
第十一章 满足智慧型消费者的需求
技术正在改变规则
另外50亿消费者
展望未来
消费者物联化
消费者互联化
客户智能化
将智慧型消费者转变为拥护者
结论
第十二章 未来的消费服务连锁企业
执行摘要
引言
中国消费服务连锁企业的市场现状和机遇
中国多数消费服务连锁企业“连而不锁”
未来的消费服务连锁企业
小结

结语
第四部分 电信业
第十三章 2015电信展望——未来五年电信行业可能遇到的四种情境
四种未来情境
电信业在过去10年经历的变革比以往的100年还要多
电信业发展状况设想
关键的（不确定的）变数
电信行业在2015年可能出现的四种情境
关键成功要素和紧迫需求
总结和结论
第十四章 物联网：开拓未来的蓝海
执行摘要
物联网的概念与技术发展趋势
物联网的商业化应用
物联网产业发展思考
第十五章 中国通信服务消费者的积极需求和消极态度——来自2011年IBM全球电信消费者调查的重大发现
主要发现一：从支出模式来看，中国消费者的消费情绪非常积极，预计未来会增加通信服务的消费支出
主要发现二：中国消费者对高带宽的需求持续增长，并且会越来越多地通过移动设备获取丰富的通信服务
主要发现三：消费者对网络可用性、可靠性和计费质量的满意度较低
主要发现四：超过80%的中国消费者拥有不止一个CSP，主要原因是为了获取所需要的全部服务
主要发现五：关于通信服务的首选信息来源是家人和好友、互联网和社交媒体
主要发现六：中国CSP应当更加注重客户态度和行为，促使更多消费者成为拥护者
主要发现七：在被调查的全部属性中，中国CSP几乎都表现最好，这可能使他们成为垂直市场中的相关参与者
主要发现八：调研显示，在零售和银行领域最可能存在通信服务机遇
结论
第十六章 在电信行业树立拥护度——CSP如何在互联世界中提高客户忠诚度
电信行业的客户拥护度
拥护者的价值和反对者的成本
拥护者和反对者之间的差距
为何树立忠诚度变得如此困难
提高客户拥护度
您是否准备好增强拥护度？

结束语
第五部分 制造业
第十七章 消费电子产业的智慧变革
执行摘要
消费电子行业发生了深刻的变化
智能产品和服务创新时代到来
企业面临的挑战和新需求
利用云技术促成变革和建立智慧的家庭
总结
第十八章 挑战：互联的消费者——通过服务增强电子用户体验

必需的变革
体验时代中的消费者
体验时代的挑战
体验时代的新能力
您是否准备好扩展电子业务体验？

结束语
第十九章 互联健康设备的未来——信息搜寻者的福音
执行综述
确定目标信息搜寻者
用途向预防和管理转变
设备制造商对注意力份额的争夺
思考解决方案和产业链，而不仅仅是设备
抓住市场机遇
更大的视野：这为何对世界至关重要
第二十章 增强移动性——智慧交通的新前沿
重新思考移动性：对汽车公司的新要求
汽车公司生产汽车：切入点与优势
连通性：控制机遇
着眼于汽车之外
建议：从眼下开始
第二十一章 向电动车转移——将消费者视为驾驶员
变革力量
传播消息
互联的驾驶体验：双赢局面
充电基础设施
结束语
第六部分 旅游和交通行业
第二十二章 2020年的航空业：替代化与商品化——全球航空业不能忽视的两个发展趋势
塑造行业的力量
替代化
商品化
航空公司如何应对替代化和商品化？

结论
第二十三章 2020年的酒店业：个性化悖论——推动客户亲密度、客户体验一致性和效率的提升，实现赢利性增长
个性化：支付“高价”，实现收入增长
标准化：通过区别化的一致性与客户连接
从客房服务到客房设计：提供“标准化”的个性化服务
为“我”的细分客户群服务
向每个客人提供自主权
满足独特需求……每一次
通过个性化和标准化提高客户亲密度
第二十四章 2020年的旅游业：经销困境——增强协作，丰富旅行者的体验，并提高获利能力
对经销的不满意：“低成本渠道”的真正价格
根本的补救措施：旅行生态系统必须学会与他人“共舞”

通过与当前的对手合作而“升级”财务绩效
第七部分 其他
第二十五章 转变观念——为不断变化的能源世界创造新业务模式
方法论与框架
行业的新价值模式
行业模式创新
成功转型所需的能力
评估IMI战略
结论
第二十六章 石油天然气行业2030展望——满足未来几十年日益提高的能源需求
调研对象统计
不断变化的能源形势
影响供应的外力
影响需求的力量
政府对供应和需求的影响
不断变化的行业形势的本地影响
行业参与者的竞争方式不断转变
准备应对2030年
您是否作好准备？

结束语
第二十七章 超越内容——利用新的收入机遇
数字媒体现状
恢复并且增加行业收入
您作好准备迎接挑战了吗？

结论

编辑推荐

《复苏：互联经济时代的行业趋势和发展机遇》收录了IBM商业价值研究院2011-2012年度出品的27篇研究报告，内容覆盖了政府与公共事业、金融、电信、消费品、汽车、交通运输、生命科学、媒体与娱乐等多个行业。

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