第一图书网, tushu007.com

<<合作的艺术>>

图书基本信息

书名：<<合作的艺术>>

13位ISBN编号：9787800737794

10位ISBN编号：7800737799

出版时间：2003-8

出版时间：中信出版社

作者：[美] 埃德·里格斯比

译者：唐艳,王倩芳

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

合作的艺术：第2版，ISBN：9787800737794，作者：（美）埃德·里格斯比（Ed Rigsbee）著；唐艳，王倩芳译；唐艳译

作者简介

作者：（美国）埃德·里格斯比　译者：唐艳 王倩芳埃德·里格斯比，是里格斯比公司的总裁，这是一家集战略性营销、管理和执行为一体的开发公司。
里格斯比也是北美地区商业合作解决方案方面的著名演讲家、商业作家和顾问。
他在零售销售的管理方面颇具经验，他还曾是一家生产商代表公司的老板。
里格斯比创作过一系列图像和伴音节目，公开发表过500多篇文章。
他对整个北美的商业、贸易和专业出版做出了重要贡献。
另外，他还是加州大学圣·巴巴拉分校、加州路德大学的兼职教授，同时还是邓百氏咨询公司的培训人员，国家演讲者协会的成员 。
他持有演讲职业证书，国家演讲都协会的会员只有10%的人获得此证书。

<<合作的艺术>>

书籍目录

前言致谢第1章 合作伙伴经营趋势第2章 建立合作伙伴关系的过程第3章 建立合作伙伴关系的陷阱第4章 外部战略伙伴联盟第5章 与你的供应商建立伙伴联盟第6章 与客户建立伙伴经营关系第7章 与员工建立伙伴关系第8章 成为最佳经营伙伴的业主、决策人员和经理第9章 兼并与收购第10章 联合及混合组织的成功战略第11章 为了明天而合作的艺术附录 伙伴经营协议的法定收费指导

章节摘录

书摘　模式介绍　如果将道理说清，那么对一个新的模式或理念的介绍就不会太难。
我们用以下这个简单的测试来证明一下你自己：为自己放上一缸温热的水，进入浴缸，放松；下一步，打开水龙头，只让热水流进浴缸。
一直放热水，直到你不能忍受为止。
用温度计记下水温。
第二天，为自己放一缸同样温度的热水，你可能会跳出浴缸，因为水太热了。
那为什么以前能忍受呢?因为你是慢慢习惯水温变化的。
最后，你在浴缸中呆得很自在——当水慢慢凉了，你也会习惯这种水温。
同样，人们更喜欢安逸而不喜欢改变。
太多太快的改变可能是致命的。
给你和你身边的人一些时间去适应“热水”或变化着的模式吧。
　有些人相信伙伴合作的力量，他们愿意并准备付出必要的时间。
因此，他们完全可以与别人建立伙伴合作联盟。
当然准备的过程肯定会很艰难，但我保证，读完这本书后，你会对你期望的东西产生一些重要的想法。
　时间的付出对于发展双方关系是绝对必要的，它在任何为建立合作伙伴关系而付出的努力中也同样必要。
将你的合作计划写成计划书，在它开始运作之前不要冲动地去修改它。
你应该树立伙伴合作的信念，要准备好应付没有这种信念的人会对你的冷嘲热讽——这是必然会有的。
　透过伙伴合作关系的“窗口”做生意将会为你的管理、生产和市场战略以及整体业务带来新的机遇。
你将学会与别人合作把成本降低，同时会高兴地看到你现在的市场层面在扩大。
你能够与别人一同获得成功。
简单地说；就是将蛋糕做得比原来更大，同时帮助别人和你自己获得一份以前想都不敢想的很大的份额。
充分利用全面的合作精神并享受有效的付出带来的回报吧。
　罗杰·B·汤普金斯提出了利益重叠能够促进伙伴合作成功的理念，他说：　●“利益越相近，合作就越可能成功。
　●每个人，在相同的环境下对待他人的方式越接近他人喜欢被对待的方式，合作关系就会越好。
”　别太追求完美　如果你想等一切都完美了才工作，那就太迟了。
你的竞争对手已经在行动了，他们会把你仅在脑海里考虑的东西付诸实施。
这个两难选择，称为分析瘫痪(即无法下定决心，因为你已经迷失在自己分析的灌木丛中——编者注)。
现在就开始，沿着大趋势前进，只是需要经常检查一下工作的精确性，看看是否偏离了轨道。
你知道一个有经验的飞行员在从洛杉矶到夏威夷的飞行中会变换400多次路线吗?所以，如果你不时地有一点偏离轨道，请不要因此而泄气。
　特里·波尔森(Terry Paulson)博士提出了三个P：Perfection，Procrasti-nation，Paralysis。
意思是追求完美，引起时间的延迟，进而引起分析瘫痪。
不要有分析瘫痪，那样的话你一分钱也赚不到。
就像冰球明星韦恩·格雷茨基(Wayne Gretzky)所说的：“如果你根本不打门，那你百分之百不能命中目标。
”　李·亚科卡(Lee lacocca)说过，假如百分之九十五已经很好，如果你一定要把剩下的百分之五弄好，那你所做的工作就过时了。
虽然货物送到客户手里时质量是第一位的，但是早日开动你的工作能让你在遭受损失前发现这些错误

。
　对挑战的研究通常让人体味力量。
但当你无休止地研究时又会怎样呢?你能领悟到的力量也可能变成弱点，其结果就是我刚才提到的，缺乏行动。
你还要考虑一件事情：被你的伙伴、同行业竞争者或比自己更强大的公司察觉到你缺乏决策能力，这将使你在事业或职业的发展中付出极大的代价。
及时决断的能力才是领导他人的根本。
如果你的行业都已意识到这一大势所趋而你却迟迟不能作决定，那么你就会被淘汰，在新的、令人振奋的伙伴合作联盟里消失掉，因为别人认为你不值得信赖和依靠。
　敢于冒险对建立伙伴合作而言也非常重要，但是轻率的、不负责任的、鲁莽的冒险会危及企业的核心价值基础。
在我参加工作初期，一个行政长官总是提醒我：“ 埃德，如果你不犯错误，我就不需要你，因为你不敢冒险，不能从中学习经验教训，但是，如果你总是犯同样的错误，我还是不要你，因为你不愿意学习。
”从合作中学到的比较重要的一点就是看到别人犯的错误，这将减少你因为无知而犯错误的机会。
　我并不是建议你不要冒险，我只是说在实际中你要聪明一点，减少不必要的冒险，你将得益于从你的合作伙伴那儿学到的有关成功与失败的经验和教训。
　为宣传而进行伙伴经营　迪斯尼的例子是为宣传而建立伙伴联盟的经典之作，很引人注目。
有一个恰当的例子是迪斯尼世界的20周年庆祝会在佛罗里达州的奥兰多举行，整个庆祝会持续了一个月。
1991年10月2日的《洛杉矶时报》报道说全世界到访的记者大约有3500人，而迪斯尼为他们付酒店房费、机票费和其他大部分费用。
　美国国家广播公司(NBC)的“ 今日 ”栏目为此庆祝会做了专栏报道，报道的内容从迪斯尼世界300家商店的销售目录到布赖恩特·冈贝尔(Bryant Gumbel)和凯蒂·库里克(Katie Couric)与迪斯尼角色之间的密切关系。
这一切在两天内做完。
据报道，“ 今日 ”的执行制片人汤姆·卡普拉(Tom Capra)说：“ 我们举行了两个非同一般的好展览。
”　汤姆还说，国家广播公司和迪斯尼世界达成协议以分担“ 今日 ”的播出费用：迪斯尼为国家广播公司提供场所，作为交换，国家广播公司为迪斯尼做宣传。
　250家地方电台将它们的驾驶时刻节目改成转播庆祝会。
(前)布什总统参加了这次活动，对在迪斯尼世界主题公园之一的爱普卡中心(Epcot Center)举行的优秀志愿者节目表示赞赏。
世界各地的新闻媒体都应邀参加了周年庆祝会，他们带着迪斯尼世界的许多故事回到了自己的国家。
结果，迪斯尼只花费了一部分预计费用就达到了在全世界进行宣传的目的!　那些想让品牌有更高知名度的制造商可以借鉴富兰克林运动产品公司(Franklin Sports)的做法。
1980年这家公司的销售额为1500万美元，而通过宣传，到1992年销售额已经增加到了6500万美元。
这家公司像L．A．Gear一样花了好几百万美元去做广告了吗?没有!它每年花在广告上的钱大约只有100万美元。
富兰克林公司签下费城飞利浦俱乐部的明星、世界排名第三棒球手迈克·施米特(Mike Schmidt)为它的棒球和手套做广告，施米特建议说棒球手套这一块是个未开发的市场，公司总裁欧文·富兰克林(Irving Franklin)听后，记在心里：之后他设计了一种棒球手套，手套的手背那面印有富兰克林的标志，每个字母都有一英寸高。
富兰克林为职业棒球手成打地发送这种手套。
棒球手们很喜欢使用这种产品。
结果是打比赛时，每当摄像机对准棒球击球手，富兰克林这个名字就出现在电视里。
　还有一个相似的事例发生在运动配件用品行业。
Oakley公司(运动防护镜和运动眼镜公司)从一个摩托车零配件公司发展成为一个美国知名的眼镜公司

：20世纪80年代中期，Oakley公司决定为几个运动项目的顶尖运动员发送价值上千美元的产品：在滑雪体育界，许多滑雪指导员都戴上了这种新型运动眼镜，而商店店主也推荐这种产品，结果这种眼镜在滑雪者中非常流行：在自行车体育界，情况类似：实际上，格雷格·莱蒙德(Greg LeMond)于1991年的环法自行车赛中成功地冲过终点时戴的就是Oakleys公司眼镜。
在Oakley公司开始这场营销活动之后短短五年中，这个名字已成为世界名牌。
　与社区结盟　专业公司和类似的小商业机构可以通过共同参与公众活动和共担费用、共享收益来降低销售成本：约翰·格拉锡(John Grace)是投资者利益公司(Investors Advantage Corporation，www．whybepoor．com)的总裁。
他的公司与当地商业社区结盟，他发起召开名为经济论坛的年会，之所以设立这个联盟就是要让自己的公司从许多千篇一律的同业竞争者中脱颖而出，让它显得与众不同。
格拉锡的伙伴联盟包括当地注册会计师事务所、银行、律师事务所、报业、商业大学、商业房地产经纪公司、保险机构和餐饮业：这个联盟每年都吸引了200多个客户和造访者。
　在当地的城市艺术广场举行的论坛有一点很值得夸耀，有一些高层次讲演者将到场与居民讨论相关的经济问题。
例如，在2000年举行的论坛(第11届)中，获得1998一1999年度最佳操作基金公司称号的杰纳斯(Janus)基金公司让公共关系官员克里斯，弗曼(Chris Furman)布置了一场罕见的公开展示会，让观众了解杰纳斯基金公司是如何利用技术工具帮助公司做出投资决策的。
同样也是在2000年，Van Kampen基金公司的首席投资战略分析家罗布·舒马赫(Rob Schumacher)告诉观众公司对网络公司的看法。
　投资者利益公司继续保持了它的独特风格，有一年格拉锡用过去流通的美国货币造了一种纸，印制了论坛邀请函。
赞助单位因此大大提高了其知名度，它们享受着与客户的相互切磋，对现有的客户和消费者表示感谢并给予了指导，它们在社区中建立了良好信誉，并从对此感兴趣的参会者那里听取了指导意见，做成了生意。
实际上，有一个人在听完了年会录音带和一些注册会计师代表之间的私下谈话之后，就很乐意地．交上10万美元支票进行投资。
　很多时候一个成功的社区联盟里会有好几个主要合作方。
一个例子是在旧金山举行的黑斯廷斯(Hastings)男人和黑斯廷斯女人年度大事。
它的主要内容是一个男人或女人把自己的脸展示在当地广告牌处，从而使援助白血病病人社团(Leukemia Society)能获得一大笔钱。
　……

媒体关注与评论

前言《合作的艺术》这本书需要你和有可能成为你的伙伴的公司或现在的联盟伙伴一起阅读，而不只是单独一方阅读。
由于建立伙伴关系需要双方或多方的共同努力，如果要让联盟做得很成功，那么所有的参与者都必须了解书中的道理和其中的原因。
如果你的伙伴(们)对加入联盟抱着一种严肃的态度，那么建议他们也去买一本《合作的艺术》。
　阅读这本书时拿一支荧光笔，在启发你思想的地方做记号。
虽然许多案例并非取材于你所在的行业，但你还是应该不断地问自己，它们如何才能为我所用，不要仅因为一些案例不适合你的特殊情况就摈弃了其中精妙的理念。
如果你想得到人人都想拥有的独有商业优势，如果你想让自己的公司从绝大多数公司中脱颖而出，如果你想要的是一种独特的销售方式，那么可以借鉴我在这本书里提出的思想和程序。
这本书将让你通过建立伙伴关系获得一种新方式开展业务，它会让你的公司显得与众不同。
　从思想开始　建立伙伴关系是从个人的思想变化开始的。
最初是萌发了与别人共同努力的想法，想通过相互协作为双方创造更多的利益。
建立和保持伙伴关系过程中始终要坚持协同这个概念，它是很重要的核心理念之一，是所有伙伴关系的基础。
　建立伙伴关系既是一种思想过程又是一种行为。
我写这本书的目的就是帮助你建立伙伴关系，并为你提供这方面的指导。
这本书的第一版书名为《伙伴经营艺术》(The Art of Partnering)，我在那本书里写了建立伙伴关系的基础。
现在的这本书对此描写得比原来要多。
我增加了一些章节，为了反映新思想还重写并扩展了一些章节，另外还介绍了一些非常新的思想。
许多新思想都是我这六年来在第一版出版后又去做调查、访问获得的成果。
这些成果的绝大部分都被运用于这些年来我向遍布北美的企业和专业协会所作的、以伙伴关系为主题的演讲和研讨会中。
　要提防你身边的恶人。
不久以前我曾在一个分销会议上担任大会发言人，与会者都是制造商和他们的分销商或交易商。
在发言中，我阐述了伙伴是什么而不是什么。
我承认有一些人虽然看起来像是依照伙伴经营模式工作，但实际上却阻止别人解决一些关键问题，而这些都是企业里隐藏着的问题。
之后果然不出所料，一家国际知名的生产公司总裁大发脾气，他指责我说得太直接了。
　这种人并不想从批评中吸取教训，而是责备那些揭露他缺点的人。
不管你多么努力地要远离那些恶毒的人，有时你仍然需要与他们打交道。
我在这本书里揭示了成功的秘密就在于了解真正的伙伴和披着伙伴外衣的敌对者之间到底有什么区别。
　作者和伙伴关系模式　我大学毕业以后的第一份真正的工作是在约塞米蒂国家公园(Yosemite National Park)的登山用品商店任销售经理。
虽然大家是在国内最美丽、最高级的约塞米蒂国家公园里工作，但是相处得并不好，所以这份工作让我的心情很不平静。
这个公司的经营理念或者说经营模式主要是：前进的惟一道路是打败别人。
我不能接受这样的观点，所以我工作还不满一年就离开了这家公司。
　……

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