

<<走向全球>>

图书基本信息

## <<走向全球>>

### 内容概要

在当今的商务世界中，全球化已成为大家所熟悉的，但你真正认识、了解全球化吗？  
知道如何在全球成功开展新业务吗？

本书是当今世界顶尖营销专家约翰·A卡斯林博士为中国企业全球化营销量身定制的最佳策略。  
帮助你开始理解怎样去坚定地直面全球化的挑战，怎样去开发和利用今天的全球化正在给企业提供的  
各种机会。

怎样才能将自己的公司转变成真正的全球性企业，在世界范围内成功地保护自己。

## 作者简介

约翰·A卡斯林博士 (Dr. John Casllone) 系安德鲁-沃特国际公司总裁、首席执行官麦肯特公司的资深营销顾问。

曾在美国纽约布法罗的纽约大学获得MBA学位，并在美国伊利诺伊州工业学院芝加哥法学院获法学博士学位。

其亲自创办的安德鲁-沃特国际公司是一家致力于帮助企业制定并实施全球营销、销售、供应商和分销联盟、渠道策略的国际性营销和销售公司。

卡斯林博士是当今世界顶尖的营销和销售专家，在增值营销及销售战略的制定和实施领域有深厚的造诣。

卡斯林博士还是国际知名的演说家和实战专家，他一直致力于全球化、战略性供应商策略联盟开发（含国内及国际战略性客户的开发）、全球销售和分销战略制定等领域的研究和实践。

<<走向全球>>

书籍目录

第一章迈向全球化：怎样开发成功的全球业务 / 1第二章全球实用主义 / 19第三章全球文化 / 32第四章全球营销 / 55第五章全球会计管理 / 84第六章全球顾客服务 / 106第七章全球附加价值战略 / 121第八章全球电子商务 / 144第九章全球购买 / 172第十章全球运作 / 193第十一章全球财务 / 210第十二章你的公司的命运--实现全球化 / 230附录：网络资源指导 / 232

## &lt;&lt;走向全球&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章迈向全球化：怎样开发 成功的全球业务 当我们在世界上旅行和作演讲时，一些商界的领袖人物不断地问我们：“什么样的公司是一个真正的全球性公司？”我们发现这些精明的商界领袖们已经知道他们必须把他们的公司进入一种全球态势，但是，令人惊奇的是他们中很少有人知道怎样才能使他们的公司做到这一点。

商界领袖们似乎在寻求一些无从下手的事情。

站在人类社会第三个千年的大门口，我们已经看到了全球化时代的地平线--所有人类活动完全的、不可避免的经济一体化。

经济一体化不是一个革命性的概念。

即使是个最迟钝的观察者，也能看到世界各地的人群正在变得越来越相关，越来越融合在一起。

这是全球化时代的本质，它对跟着它走的公司和人群来说，是强制的、专横的。

就像信息技术已经成为世界上任何一项业务的结构中的基本事实一样--全球化时代的应用也必须是这样。

甚至思维最落后的公司也将承认（也许是很勉强的），信息技术已经成为一个不可避免的事实和任何组织的最重要的战略资产之一。

而且，许多我们今天购买的产品在二十多年前根本不存在。

进一步说，当今世界上最大的、最成功的公司绝大多数是新建立的，或以前没有的。

最后，在今后几十年里最成功的产品和公司可能在今天甚至也不存在。

P1 全球化时代也必须以这种眼光来看。

对于任何个人类组织来说，如不能认识和跟上这种所有人类活动的一体化趋势，必然会导致将来的失败。

在今天迅速增长的世界经济中，即使是拒绝与全球化时代“打交道”的最顽固不化的公司，最终也将必须面对来自国外的竞争，这是不可避免的。

到处都是全球性竞争，即使今天还没来到你的面前，不用担心--在未来几天里它就将出现在你的附近。

公司不再能用门把它们挡住，保住信念，保证来自世界各地的竞争者在晚上越门而过，就像以色列人在埃及当俘虏时，用门把死亡天使挡在门外一样。

全球的经济一体化正在渗入各行各业，毫无例外地直接影响到每一个长期业务计划。

全球化时代在每个地方都插一手，把每个地方都变成自己的地盘。

这确实是不可抗拒的，公司和管理它们的人们必须从全球化趋势的角度重新审视他们整个组织。

全球经济的不可避免的崛起，迫使商界领袖们诚心诚意地去认识全球竞争的内在的不可避免性，就像全球化时代迫使我们去迎接所有人类活动的不可避免的经济一体化。

因此，这种认识不能只是在嘴上说说有关国内市场以外发生了什么。

不幸的是，很多情况恰恰正是这样的。

我们每个人都看到很多商界领袖，在某一时刻似乎非常关心着他们公司正面临的真正的全球性问题，但只要接到一张国内的大订单，这种“兴趣”就立即消失了。

这些人或者是在自觉地荒废他们公司的生存时机，或者是简单地认为只要重视国内市场，公司就不会面临全球化问题。

他们把这些问题轻松地丢在一边，说“我们已经有了一个负责出口的办公室，或国际业务部”；“我们已经在墨西哥和加拿大开展业务”；“在过去我们也是这样做的”；或“上一次我们在努力走向全球化时失败了”。

P2 虽然我们承认公司必须在今天获得利润，并且短期的结果是和长期业绩错综复杂地纠缠在一起的，但我们同样也已经看到部分公司由于没有认识全球经营是必不可少的而导致崩溃。

在大部分情况下，还没有能诚心诚意地评估建立一个全球性公司的需要、风险和效果的领袖们，正在把他们的公司领向一条非常危险的道路。

这种没有远见可能说明他们公司在面对新的全球经济中完全没有责任感。

## <<走向全球>>

在我们的职业工作中，我们已经遇到过这样的人，并已经在和他们的接触中认识到，要使他们相信全球化时代的到来和他们公司在未来将面对的现实是极度困难的（虽然不是说不可能）。

对某些人来说，他们的惟一希望可能是通过神来干预和帮助。

对那些凭直觉感到全球化时代的力量和巨大潜力的公司来说，他们正在准备，并随时愿意把他们的公司从现在局限于国内市场的态势，改变为真正的全球态势。

这些坚信全球化时代不可避免的领袖，正在成功地适应它的公司，而且必然将成为他们所在领域的下一代的领袖。

就像那些适应了信息技术的组织往往已经成为他们所在领域的主要竞争者一样。

如果说在今天的世界上有哪些现象变得更明显，这可能就是把所有的事情都联系在一起，在一个贸易和投资网中把世界联系在一起的一种新的强大的力量。

但是，从最早期的历史著作中，就可以很清楚地看到，人类早就在一直寻找着经济上的一体化。

今天的“新全球主义”在观点上说就和时间本身一样古老。

有人认为这不是从500多年前的欧洲人的海洋扩张时期开始的，而是在腓尼基人、维基人、古代华人及其他古老的贸易族群中，就梦想有全球范围的统一的市场和经济空间。

#### 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>