第一图书网, tushu007.com

<<快速反应>>

图书基本信息

书名：<<快速反应>>

13位ISBN编号：9787802211292

10位ISBN编号：7802211298

出版时间：2006-8

出版时间：中国时代经济出版社（原中国审计出版社）

作者：徐如

页数：210

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

快速反应，就是对时势变化即时反应，这是一种卓越的战略意识。
时势代表着事物发展的主流，是任何个人和组织都只能顺应而不能违背的。
先于他人察觉时势的变化，快速反应，是竞争获胜的关键所在，是保存自身、消灭敌人的最有效手段。
快速反应在根本上是一种战略意识，是对客观存在的战略问题的重视和敏感程度，它是人们自觉地捕捉、谋划、解决战略问题的一种能力。
战略意识具有超前性，它可以帮助领导者由近知远，科学地预见未来，从而明确战略规划；它可以帮助企业从战略目标的要求中，保证企业保持清醒头脑；它可以帮助企业在制订近期计划时，明确方向和目标。

<<快速反应>>

书籍目录

第一章 灾难中，反应速度是唯一决定因素第二章 快速反应，是一个以快为特征的系统第三章 反应快的总能先到目的地第四章 不要被快迷住双眼第五章 快，就是比别人变得更快第六章 征兆是反应的信号第七章 反应决定是危险还是机会第八章 反应的质量取决于决策的时机第九章 信号指引反应的方向第十章 信息是快速反应的标准第十一章 反应是信息的利用和传达第十二章 信息陷阱，快速反应会把企业引入死胡同第十三章 快速反应的竞争情报系统第十四章 正确的反应需要一切都在控制之中第十五章 出现危机的战略，要求企业必须及时反应第十六章 文化僵化，必须求变第十七章 竞争对手决定了企业的反应方向第十八章 重要客户是企业应变的指南针第十九章 财务上的反应是企业解决问题的集中反应第二十章 危机意识其实就是反应意识第二十二章 快速反应，以结果为导向

章节摘录

书摘很多人都会发现，企业竞争的快速反应，关键是企业核心竞争力的发展速度。
对于企业来说，信息及时性、决策效率、执行效率等是快速反应的表现，创新效率同样也是快速反应的关键内容。
并且可以说，创新这种快速反应的表现，其实是一种先于变化的反应，一种预先作出的快速反应。
创新就是追求“三新”，即新鲜、新奇、新生。
新鲜指新而鲜亮，新而美好，陈旧是它的反面；新奇指新而奇怪、特别，新而有趣，一般、普通、平常是它的反面；新生指新而活，有生命力、有朝气，死板、僵化、死气沉沉是它的反面。
评价创新的唯一标准是三赢：你赢、我赢、他也赢，即对企业有好处，对顾客有好处，对社会、对公众也有好处。
只顾一赢、两赢也有新可创，但舆论给那种“创新”取了另外的名字：投机取巧，假冒伪劣。
具体来说，企业的创新可以是无中生有(独创)，也可以旧瓶装新酒(模仿)，还可以是穿着衣服改衣服(改造)。
目的都是标新立异，与众不同，出奇制胜，以新和异吸引顾客，满足顾客需求。
所以，一个企业创新的有无、成败，可以决定一个产品的存亡，决策者一个大胆的创新可以决定企业的前途命运。
以“求变”应“万变”，是一条重要的求胜之道。
“达维多定律”中包含着深刻的求变思想。
当今商战中的各种“激变”与“嬗变”令人眼花缭乱、应接不暇。
赢得胜利是每一个企业决策者不变的追求，要达到这一点，将越来越依靠以“求变”应“万变”，以主动的改变赢得在诸般变化中的主动权。
时刻保持强烈的危机意识，不断通过为自己树立对手、在众多“演习”中打败自己，才能在实战中击败对手，立于不败。
P42

编辑推荐

快速反应，就是对时势变化的即时反应，这是一种卓越的战略意识。
时势代表着事物发展的主流，是任何个人和组织都只能顺应而不能违背的。
先于他人察觉时势的变化，快速反应，是竞争获胜的关键所在，是保存自身、消灭敌人的最有效手段。
　正是因为有卓越的战略意识，快速反应才有了可能，反应得快也才不会无的放矢。
在卓越的战略意识指引下，企业的快速反应才能够成为一个体系，一个囊括信息、信号收集分析系统，反应决策与执行过程，内外部问题解决与结果导向的体系。
而这样一个相对完备的体系，才是企业真正实践快速反应的保证。

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