

<<下一秒，優勢還在嗎？>>

图书基本信息

书名：<<下一秒，優勢還在嗎？>>

13位ISBN编号：9789861340999

10位ISBN编号：9861340998

出版时间：2008-1

出版公司：先覺出版股份有限公司

作者：田坂廣志

译者：劉佳麗

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>

<<下一秒，優勢還在嗎？>>

內容概要

這是一個輸贏瞬間變盤的時代

贏家難以長保優勢，弱者有機會趁勢而起，因為通往未來的9大趨勢和75個變化，只有少數人警覺得到！

商業環境進行著劇烈的變化，多數人渾然不覺，等到會意過來時，優勢與弱勢早已換手。

日本趨勢大師田坂廣志，詳盡剖析接下來要發生的變化，幫助我們認清發生在「權力轉移」、「市場變遷」、「企業本質」、「商業精神」、「商品價值」、「管理智慧」、「知識社會」、「資本主義」、「經濟原理」的9大趨勢。

資訊革命讓社會每一個角落都在發生權力轉移。

專業知識與最先端的知識將失去價值。

消費者開始利用企業進行商品開發。

商業的本質將不再是提供商品，而是生活型態的提案。

以差別化商品為目標的產業，將敗給以分享市場為號召的產業。

企業將無法掌控別家企業的智慧與顧客的智慧。

比起收益，收穫將更加重要。

作者簡介

田坂廣志

1951年生。

1974年畢業於東京大學工學部。

1981年獲得東京大學工學博士學位。

1987年，成為美國研究機構Battelle Memorial Institute之客座研究員。

1990年參與日本綜合研究所的設立，提出「產業育成」願景及策略，以創造民間主導之新產業為目標。

10年內與702家企業共同設立了20家異業聯盟。

2000年成立Think Tank Sophia Bank，擔任代表。

2001年發起「未來之風論壇」社群，發行網路電子報「風的訊息」，以及線上廣播「風之對話」，目前有一萬二千多名會員。

2003年成立「社會企業家（Social Entrepreneur）論壇」，擔任代表，現在已集合日本全國8000名企業家，在各領域進行社會變革。

2006年成立線上廣播電台Sophia Bank Radio Station。

歷年來擔任資訊、流通、金融、教育、環境等各領域之企業社外CEO、顧問等職務，目前為日本綜合研究所特別研究員及多摩大學研究所教授。

著書三十餘冊，代表作有《企畫力》、《工作的思想》、《人為什麼要工作》等等。

書籍目錄

序：未來的瞬息變化

資本主義將徹底改變

第一章 資訊革命帶來的變化

資訊革命掀起戲劇化的權力轉移

第1個變化 資訊弱者開始掌權

第2個變化 網路革命引爆三項革命

第3個變化 寬頻打破知識的疆界

第4個變化 Web2.0革命促使三項革命的進化

第5個變化 世界變成一部百科全書

第6個變化 「電車男」的智囊團

第7個變化 群眾智慧比專業知識更管用

第8個變化 既是演員，也是觀眾

第9個變化 消費者的物欲不再任人宰割

第10個變化 顧客才是企業的業務代表

第11個變化 You Tube分享感情與感性

第12個變化 大眾媒體與草根媒體的水乳交融

第13個變化 預言Web3.0革命

第14個變化 科技使個人分身有術

第15個變化 所有商品都會為自己代言

第16個變化 所有空間都將成為顧客的軍師

第17個變化 無所不在的觀察與用心

第18個變化 真實空間與網路空間逐漸融合

第二章 市場將產生的變化

消費者利用企業進行商品開發

第19個變化 顧客本位市場到來

第20個變化 徹底的價格競爭即將引爆

第21個變化 以客為尊不只是精神口號

第22個變化 舊常識消失，新常識誕生

第23個變化 由顧客決定價格

第24個變化 下一波是主客融合市場

第25個變化 真正的民主社會

第三章 企業將產生的變化

企業必須提供「購買支援」，而非一味「強迫促銷」

第26個變化 新式中間業者隨即誕生

第27個變化 新中間人成為市場靈魂人物

第28個變化 製造商的苦肉計

第29個變化 全方位滿足顧客需求

第30個變化 進化中的生產消費者

第四章 商業將產生的變化

商業的本質不再是「提供商品」，而是「生活型態提案」

第31個變化 「三一服務」的需求

第32個變化 入口（Gateway）策略勢在必行

第33個變化 重點在於利他精神

第34個變化 成功的第一步是從網路踏入真實世界

第35個變化 從「個人」迎向「法人」

<<下一秒，優勢還在嗎？>

- 第36個變化 進一步成為「生活型態提案者」
- 第37個變化 商品附加價值的無限延伸
- 第38個變化 「顧客知識」優先於「商品知識」
- 第39個變化 顧客是新商品的催生者
- 第五章 商品將產生的變化
- 好商品也會滯銷的時代已經來臨
- 第40個變化 技術人員的夢想徹底崩盤
- 第41個變化 差異化商品開發遇到瓶頸
- 第42個變化 長尾策略重視個別顧客的需求與感受
- 第43個變化 商品生態系的進化
- 第44個變化 多種生態系同時並存
- 第45個變化 部落格影響圈的力量
- 第46個變化 看不見的顧客社群
- 第47個變化 新商業手法 部落格觀察
- 第六章 管理將產生的變化
- 管理「其他公司的智慧」與「顧客的智慧」勢在必行
- 第48個變化 由資料管理邁向知識管理
- 第49個變化 由價格服務回歸知識服務
- 第50個變化 知識管理由內向外延伸
- 第51個變化 整合異業種智慧的新企業型態
- 第52個變化 開放式的異業種聯盟
- 第53個變化 借助顧客智慧的企業將創造市場
- 第54個變化 市場行銷將成為歷史名詞
- 第55個變化 二十一世紀的管理是群眾智慧管理
- 第七章 知識社會將產生的變化
- 知識社會中的知識價值將消失殆盡
- 第56個變化 消失中的知識價值
- 第57個變化 「見多識廣」將不再是讚美
- 第58個變化 轉眼之間落伍的知識
- 第59個變化 無法用語言表達的智慧更加重要
- 第60個變化 只靠專業資格無法勝出
- 第61個變化 知識勞動者的沒落
- 第62個變化 活躍的人才與被需要的人才
- 第八章 資本主義將產生的變化
- 相較於「利潤」策略，「收穫」策略更形重要
- 第63個變化 知識資本的涵義持續進化
- 第64個變化 知識資本不再是萬靈丹
- 第65個變化 不斷流動的人才
- 第66個變化 五種企業資本
- 第67個變化 收穫重於利潤
- 第68個變化 無形的收穫加速收穫遞增
- 第69個變化 人性化網絡策略
- 第70個變化 與顧客共鳴的智慧
- 最終章 經濟原理將產生的變化
- 「日本的時代」即將揭幕
- 第71個變化 自發性經濟逐漸擴大
- 第72個變化 古老的「贈與經濟」捲土重來

<<下一秒，優勢還在嗎？>

第73個變化 貨幣經濟與自發性經濟漸漸融合

第74個變化 回歸日本型資本主義

第75個變化 日本的時代即將展開

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>