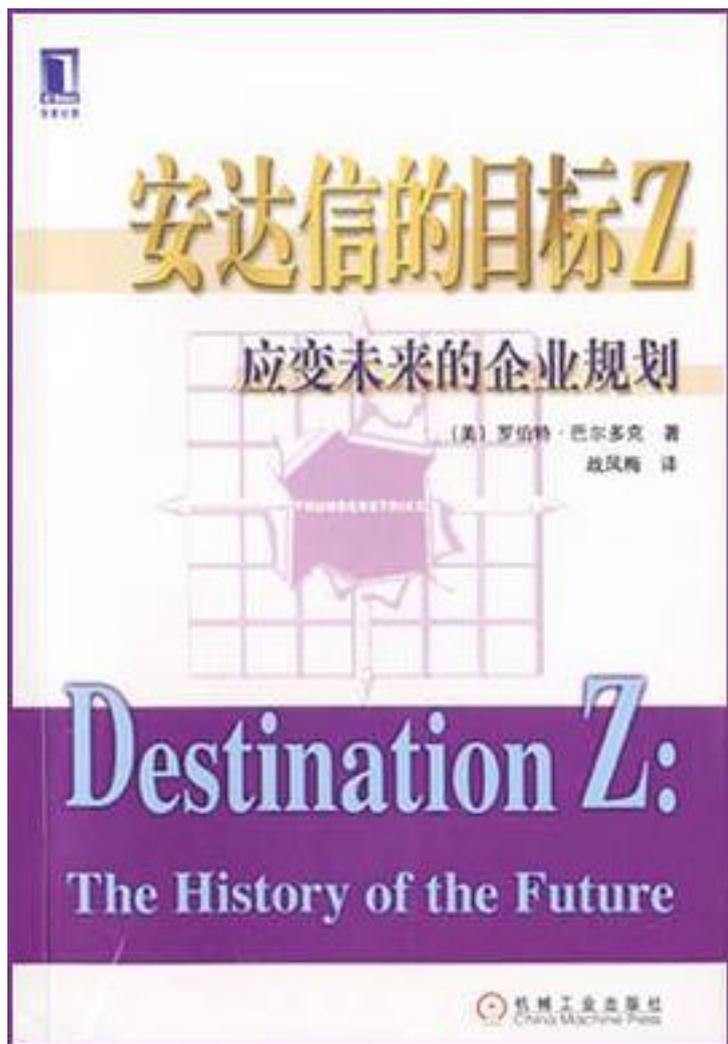


# 安达信的目标Z： 应变未来的企业规划



[安达信的目标Z： 应变未来的企业规划 下载链接1](#)

著者:巴尔多克

出版者:机械工业出版社

出版时间:2000-08

装帧:平装

isbn:9787111081418

“目标Z”是世界著名的咨询公司安达信顾问公司设计发明的一种棋盘游戏，由公司内部所有制定战略及计划的有关人员参加，通过回答以下4个基本问题形成基本的规划：

▲我们现在所处的位置如何？

▲在若干年内，我们需要成为什么样的公司——目标Z？

▲要想达到这个目标需要做什么？

▲我们如何去做那些必须做的事？

通过游戏，阐述公司在进行方案规划中应注意采取的措施：

▲公司需要变得更加灵活。

▲在有潜力的、看好的新商业领域中，公司要”下水”尝试而不仅仅是把一个脚趾头放入水中。

▲公司要了解自己的核心能力。

▲方案要灵活。要不断调整。

▲公司应通过雇佣不同背景的员工产生思维的碰撞与火花。

作者介绍：

罗伯特·巴尔多克是世界上著名的管理、技术咨询公司——安达信顾问公司的合伙人之一。他1976年在伦敦加盟该公司，当时年仅21岁，1987年时成为合伙人，也是该公司历史上最年轻的合伙人。

他的第一个咨询任务是在美国完成的，花费了九个月的时间，之后大部分工作都是在英国完成的。他四处周游，为全球各地的安达信咨询工作组和客户进行咨询服务。他主要的精力和时间都投入在金融服务行业，同时也兼顾了各种消费服务行业，包括政府、卫生保健、零售业、公用事业、石油、煤气以及赛车等等。

在安达信公司里，人们都知道他是一个思想上的领导者和创新者。他曾带头成立安达信从事全球金融服务的一个合作小组。就金融服务的未来开发一系列方案，并据此完成了《虚拟化：金融服务的未来》（Virtualisation: The Future of Financial Services）。得到公司内外人士的交口称赞。巴尔多克在安达信顾问公司担任过许多职务，负责为客户找出取得竞争先机的想法和方法。他曾与国家建筑学会合作过，并且帮助其在1995年创建了世界上第一个虚拟化的分支机构。这一体系不但打破了其固有的商业活动模式，还使得两家公司荣获多项殊荣。其中包括史密森学会颁发的奖项。

在各种会议上，他都是一个踊跃的发言人，并为商业杂志撰写许多文章。

他已成家，育有两个孩子，住在伦敦。除家庭之外。他最大的爱好是赛车。他曾使安达信公司赞助了威廉姆斯一级方程式赛车队并担任了该小组的顾问。

目录: 译者序  
作者简介  
致谢  
概述

推动变革的力量

信息社会

信息技术产生的影响

恐惧与无常的感觉

现在发生了什么变化

为什么发生这些变化

预测那些不可预测的事物

方案设计

五种方案

怎么办

第1章 围墙倒了

1.1 范围在扩大

1.2 创造新的价值要求

1.3 虚拟化的世界

1.4 与消费者更接近

1.5 兼并、收购与企业分解

1.6 战略联合

1.7 包销

1.8 不断扩大的全球化

1.9 新竞争者进入老市场

1.10 按客户要求制造产品

1.11 完整的循环

1.12 小结

第2章 围墙倒塌的原因

2.1 消费者的拉动作用

2.2 消费者的习惯

2.3 消费者的价值观

2.4 消费者的人口状况

2.5 供应商的推动力量

2.6 日益激烈的竞争

2.7 管制

2.8 变化的步伐

2.9 为什么是在现在

2.10 小结

第3章 预测不可知的未来

3.1 方案规划的发展史

3.2 预测的失灵

3.3 思考的新方式

3.4 处变不惊和永恒的变化

3.5 面对当今的商业世界做出规划

3.6 使用这种工具

3.7 安达信顾问公司制定方案之道

3.8 方案简介

3.9 未尽之言

3.10 小结

2008年

第4章 逐日

4.1 消费者

4.2 市场

4.3 行业

4.4 今天的“龙头”公司

4.5 巴克莱广场

4.6 叫“BG”的公司

4.7 英国电信和综合性服务

4.8 成功的条件

4.9 预先警示信号

4.10 小结

第5章 崛起的“系列”

5.1 经济

5.2 消费者

5.3 市场

5.4 行业

5.5 知名的公司在做什么

5.6 公司成功的因素

5.7 预先警示信号

5.8 小结

第6章 商业恐龙

6.1 消费者

6.2 市场

6.3 管制

6.4 行业

6.5 知名公司在做什么

6.6 公司怎样取得成功

6.7 预先警示信号

6.8 小结

第7章 卓越与联合

7.1 消费者

7.2 市场

7.3 行业

7.4 市场的领导者们在做什么

7.5 成功需要什么

7.6 预先警示信号

7.7 小结

第8章 晴天霹雳

8.1 消费者

8.2 市场

8.3 供应商是什么样子

8.4 福特和其他公司在做什么

8.5 预先警示信号

8.6 小结

今日

第9章 各个行业应当怎么办

9.1 保持灵活性

9.2 “下水”尝试

9.3 理解核心能力

9.4 坚持始终的监控

9.5 从外部引入新观点

9.6 “目标Z”

9.7 小结

附录A “目标Z” 游戏

A.1 游戏前的准备

A.2 我们现在所处的位置如何

A.3 我们在未来着于年内需要做什么

A.4 我们需要做什么

A.5 采用什么办法来实现“目标Z”

• • • • • [\(收起\)](#)

[安达信的目标Z：应变未来的企业规划\\_下载链接1](#)

## 标签

销售总监

管理

用心阁藏书

商业

## 评论

-----  
[安达信的目标Z：应变未来的企业规划\\_下载链接1](#)

## 书评

-----  
[安达信的目标Z：应变未来的企业规划\\_下载链接1](#)