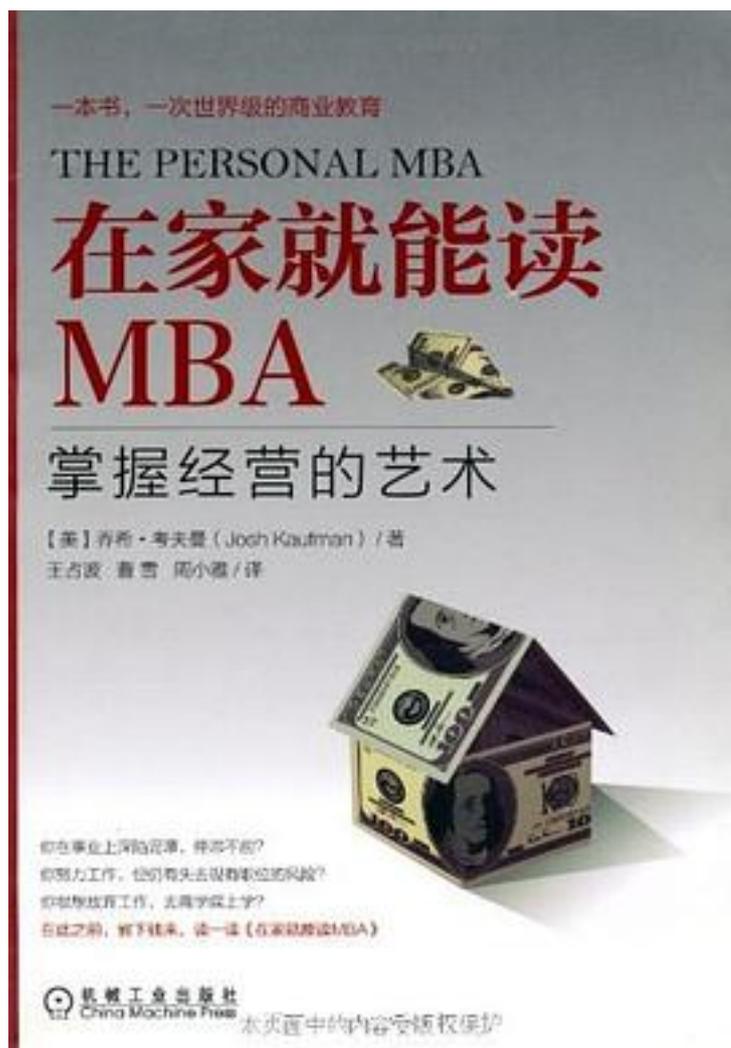


# 在家就能读MBA



[在家就能读MBA\\_下载链接1](#)

著者:乔希·考夫曼

出版者:机械工业出版社

出版时间:2017-4-24

装帧:平装

isbn:9787111562290

乔希·考夫曼在本书中分享了经营理念、营销、销售、谈判、运营、系统设计、战略等许多核心课程，把那些最有价值的商业课程浓缩成简单的、令人难忘的心智模型。真正的领导者不是商业学校培训出来的，他们自学，挑选知识、技巧和他們成功所需要的经验。一周内读完这本书，你将会学习到那些需要花费许多人一生时间去掌握的原理。

作者介绍:

乔希·考夫曼是一位独立商业教育家，他帮助人们拓展商业技巧、开展新的业务以及在自己的领域里力拔头筹。在创办PersonalMBA.com网站之前，他为宝洁公司工作，并为宝洁公司规划了全球在线分析战略并推介新产品。

目录: 译者序

新版前言：致读者信

第1章为何要读这本书？

你不必什么都知道2

经验并不是必需的3

问题，而不是答案3

思维模式，而不是方法3

无师自通MBA5

商业自学速成班6

良和莠7

自学MBA走向全球8

芒格的心智模型10

积点成面12

致怀疑者13

你应该到商学院学习吗13

商学院的三个严重问题14

学府的幻觉15

你的财富与你的生活15

抛撒的百元大钞16

MBA到底能带给你什么17

商学院来自哪里19

兼并与风险20

商业是创造并传递价值的21

商学院的一成不变22

商学院的唯一好处23

为了获得MBA负债累累24

自学MBA是上策25

你能从本书中学到什么25

如何使用这本书27

第2章价值创造

每个企业都在经历的五个过程29

具有经济价值的技能30

市场铁律31

人类的核心驱动力32

地位的追求34

评估市场的十种方法35

竞争的潜在好处36

经营企业不要唯利是图37

建立企业不要头脑发热38

价值的12种表现形式38

价值形式1：产品39

价值形式2：服务40  
价值形式3：资源共享41  
价值形式4：订购42  
价值形式5：转售42  
价值形式6：租赁43  
价值形式7：代理44  
价值形式8：聚集观众的注意力45  
价值形式9：贷款46  
价值形式10：期权47  
价值形式11：保险48  
价值形式12：股本49  
麻烦溢价49  
认知价值50  
将价值形式模块化51  
捆绑和拆分可以创造新的价值52  
向购买者提供蓝本以便进行改进52  
迭代周期53  
迭代速度54  
使信息反馈的价值最大化55  
对产品替代品进行研究56  
预知消费者的权衡57  
产品的经济价值58  
相对重要性测试60  
极为重要的假设61  
阴影测试63  
最低报价64  
渐进性强化65  
现场测试66  
第3章营销  
吸引潜在客户的注意力69  
提高潜在客户对信息的接受度70  
奇特性可以吸引客户的注意力71  
打破先入为主的观念72  
只需取悦潜在客户73  
客户要的是最终结果74  
对客户进行资格审查75  
了解客户的市场介入点76  
了解客户的可定址性77  
激起客户购买的欲望78  
让客户购买产品后的场景可视化79  
对信息进行适当的构架80  
向客户提供一些无偿的价值81  
提供无偿价值后要求跟进的许可82  
宣传语的巨大作用83  
确保提供的信息中有行动召唤85  
给潜在客户讲故事86  
适当制造一些争议87  
声誉至关重要88  
第4章销售  
交易的重要性91  
信任的重要性92  
找到买卖双方的共同点93  
定价的不确定性原则94  
四种定价方法95

价格转变冲击96  
基于价值的销售98  
教导式销售99  
下一个最佳选择100  
独家经营权101  
三种国际通用货币102  
谈判的三个阶段103  
起缓冲作用的人105  
说服阻力107  
互惠原则对销售的帮助108  
勇于承认不利因素109  
如何消除购买障碍110  
风险逆转可以促进销售112  
再激活策略让你找回失去的  
老客户114  
第5章价值传递  
价值流117  
销售渠道119  
期望效应120  
向消费者提供可预见性121  
找出并提升生产能力123  
复制——更快地传递价值124  
繁殖——一种高级的复制125  
规模化——促进大规模的增长125  
积聚——每次改进一小步，  
累积起来就是一大步127  
放大——小变化可以使结果  
扩大化127  
集中精力打造竞争壁垒，而不是  
去竞争128  
力量倍增器——善假于物129  
系统化——企业的生命线130  
第6章财务  
利润——生意继续运营的前提134  
利润率——企业盈利的根本135  
价值获取——适度才是硬道理136  
充足——维持生意运营的拐点137  
估值139  
现金流量表140  
损益表141  
资产负债表142  
财务比率144  
成本效益分析145  
提高收入的四种方法146  
尽量选择自己有定价权的市场147  
尽量选择顾客终身价值高的  
行业148  
可允许的获得性成本149  
开销——生意继续运营所需的最小  
运转资源151  
成本：固定成本和可变成本151  
不要以降低产品质量为代价来  
省钱152  
收支平衡点153

摊销——判断投资是否有价值154  
掌控自己可用的购买力155  
现金流循环156  
机会成本157  
金钱的时间价值158  
复息159  
举债经营是一把双刃剑160  
融资层次161  
步步为营融资法164  
投资报酬165  
沉没成本166  
内部管控167  
第7章人类心智  
戴夫综合征169  
气箱——身体是革命的本钱170  
洋葱大脑172  
知觉控制174  
参考水准175  
能量守恒177  
导向结构——环境比意志力  
更重要178  
重组179  
冲突180  
模式匹配182  
心理模拟183  
解释和重新解释184  
动机186  
抑制187  
意志力的损耗188  
损失规避189  
威胁防范190  
认知范围局限性192  
联想194  
不在场盲点195  
对比197  
稀缺性198  
新奇性199  
第8章与自己相处  
无自制力201  
专注一心203  
认知切换惩罚205  
任务的四种完成方法207  
最重要的任务208  
目标的设定209  
存在状态211  
习惯212  
启动212  
选择214  
五个为什么215  
五个怎么样216  
下一步行动217  
外化218  
自我启发219  
反事实模拟221

帕金森定律222  
世界末日的景象223  
过度自我的倾向224  
确认误差226  
事后偏见227  
性能负载228  
能量循环229  
压力和恢复230  
测试232  
神秘234  
享乐适应症235  
比较谬误237  
控制范围238  
依附239  
人事研发240  
限制信念241  
第9章与他人相处  
权力243  
比较优势——与他人合作的原因244  
交流开销246  
重要性——让别人觉得自己被重视247  
安全感——有效交流的前提248  
金牌三词经——让他人有重要感和安全感的秘诀249  
给出理由——让他人更加遵从你的要求250  
领导的意图——告诉他们去做什么就足够了251  
旁观者冷漠——把责任落实到人252  
规划谬误——计划赶不上变化253  
转介绍——扩大人际交往圈的最好办法254  
宗派255  
融合与分离257  
社会信号258  
社会证据259  
权威260  
承诺和一致性262  
动机引起的偏差263  
模态偏差——延迟作出判断264  
皮格马利翁效应265  
归因错误266  
选择方向——找解决方案而不是盯着问题本身267  
管理268  
基于表现的雇佣270  
第10章理解系统  
盖尔法则273  
流动性274  
库存275  
闲置量275

限制276  
反馈环277  
自动催化278  
环境279  
选择测试279  
不确定性280  
改变282  
相互依存282  
合约风险283  
二阶效应284  
正常事故285  
第11章分析系统  
解构287  
测量289  
关键性能指标290  
垃圾进去，垃圾出来292  
误差292  
分析的诚实性293  
环境294  
抽样295  
误差边界296  
比率297  
典型性298  
相关关系和因果关系299  
标准301  
代表301  
分割302  
人性化303  
第12章改进系统  
干预偏倚305  
优化306  
重组307  
关键性的少数308  
收益递减309  
阻力310  
自动化312  
自动化的矛盾312  
自动化的讽刺313  
标准作业程序314  
清单315  
不作为317  
适应能力318  
自动防故障装置320  
压力测试321  
远景规划322  
可持续增长周期323  
中道325  
善于实验的思维方式325  
没有“终点”326  
致谢329  
附录A怎样继续你的商业学习生涯331  
附录B改进结果的49个问题337  
• • • • • ([收起](#))

## 标签

管理

MBA

商业

学习

个人管理

思维

经营

Business

## 评论

朋友知道我在开店，发给我的，抱着对他的信任看完了，好吧。

-----  
堆了一堆名词定义。盲人摸象似的做法，摸到哪算哪里。20分钟检视阅读解决战斗。

-----  
通读一遍。全书是重要商业概念和原则的罗列，全而不深，作为checklist、扩展阅读的引导或者寻找思维盲点帮助很大。有一些经验的人结合实际阅读会比较有体会。

-----  
其实还可以。行为金融学的篇幅有点过多了。

-----  
大框架可看 需要细化

-----  
能给人思维带来扩展的一本书

-----  
[在家就能读MBA\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[在家就能读MBA\\_下载链接1](#)