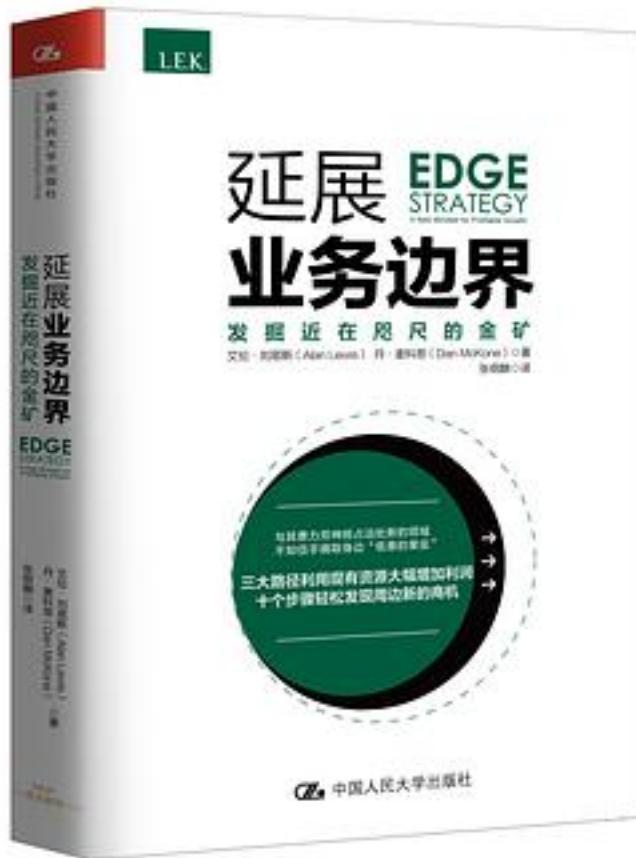


# 延展业务边界



[延展业务边界\\_下载链接1](#)

著者:[美]艾伦·刘易斯 (Alan Lewis)

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2019-1-1

装帧:精装

isbn:9787300258065

在当今多变的商业环境下，许多企业受到越来越大的压力驱使，往往不遗余力地聚焦核心业务。还有一些公司通过收购竞争对手扩张业务，或者开发“蓝海”市场，寻求远处新的获利机会。然而实际上，拥有更好更多商机之处，往往不是企业的核心业务或世界上某个遥远的地方，而是核心业务的周边地带。开发和利用这一领域的过程，即“边缘

战略”，其突出的优势和特色体现为：（1）创造的利润率往往比公司的核心业务更高；（2）利用公司现有资产的潜在价值获利，风险与前期投资低；（3）重新定义产品、服务和定价组合，精准满足了顾客的多样性需求；（4）促成商业上的差异化；（5）收益不一定要从竞争者的手中夺得，而是通过把整个市场做大来获利。

本书基于作者在边缘战略领域30多年的实战经验总结梳理而成，系统阐述了三大类边缘战略的机理，从实操层面上提供了识别和激活边缘地带新价值的十个步骤，并列举了众多行业的丰富实例。大量实践证明，那些持之以恒运用边缘战略的公司，收益率比同类公司高出很多，是各自行业的大赢家。

## 作者介绍：

艾伦·刘易斯 (Alan Lewis) 艾意凯咨询 (L.E.K. Consulting) 波士顿公司董事总经理和合伙人。职业生涯之初他是一位专业工程师，在化工领域推动新技术的商业化应用。在过去15年里，他帮助各种规模的企业识别新的成长机会并从中实现收益。曾被《福布斯》《哈佛商业评论》《经济学人》《金融时报》等多家知名媒体报道。2016年被Consulting Magazine评为25位顶尖咨询师之一。

## 丹·麦科恩 (Dan McKone)

艾意凯咨询董事总经理和合伙人，同时也是该公司全球领导团队的成员。他领导了数百个客户项目，涉及零售、酒店、航空等许多行业的领先企业。最近20多年来，他一直从事公司战略与成长、商业模式演变和价值决策等方面顾问工作。曾被《华尔街日报》《经济学人》《哈佛商业评论》《福布斯》《纽约时报》《金融时报》等众多知名媒体广泛报道。

## 目录: 第一部分 边缘思维与战略架构

### 第一章 高回报的边缘地带

#### 边缘交界地带的特殊优势

#### 企业的三种边缘交界地带

#### 盘点企业的基本资产

#### 利用基本资产创造额外收益

#### 从边缘地带挖掘机会的风险低收益高

#### 问对问题才能发现机会

#### 边缘战略与其他商业战略的互补

#### 各行各业都有边缘机会

### 第二章 产品边缘：重新思考业务范围

#### 发掘产品边缘的机会

#### 苹果公司的外部边缘机会

#### 内部边缘也有机会

#### 内部边缘机会一：拆分产品分别收费

#### 内部边缘机会二：简化不必要的功能

### 第三章 旅程边缘：协助顾客达成目的

#### 模拟顾客的消费旅程

#### 在消费旅程中多陪顾客走几步

#### 分析顾客任务目标的步骤

#### 全食超市的旅程边缘战略

#### 彩生活服务集团的旅程边缘战略

#### 百思买公司如何利用旅程边缘机会

### 第四章 资产边缘：跳出主业审视基本资产

#### 实例：农场资产边缘的潜在价值

#### 从基本资产中发现边缘机会

#### 让副产品为企业赚钱

释放基本资产的潜在价值

利用无形或不受限制的资产

第二部分 在哪里释放边缘价值

第五章 升级销售是利用边缘机会的良机

从边缘机会的角度重新审视升级销售

从边缘找出最佳升级销售策略

找到能吸引顾客的附加选项

跟游轮业学创造升级销售机会的高招

有效利用边缘机会的六大升级销售策略

实践者笔记

第六章 在逆境中运用边缘战略盈利

管理无法带来利润的顾客

运用边缘战略逆转的航空业

以附加服务获取巨额利润

拆分打包服务

利用自助式服务来增加利润

以科技取代人力来维持利润

运用边缘战略走出困境的学校

实践者笔记

第七章 借助边缘机会塑造产品差异性

基于边缘机会的定制化服务

基于边缘机会的解决方案式销售

基于边缘机会的捆绑销售

将对的产品在对的时间呈现给顾客

实践者笔记

第八章 利用大数据资产创造新价值

大数据究竟有多大?

发现大数据的边缘机会

数据具有多重用途

在你的公司数据中找到价值

将数据转化为产品

顾客懂得数据的价值

出租数据也能获利

数据的价值可能超出想象

实践者笔记

第九章 运用边缘战略评估企业并购的价值

六成的企业并购无法创造价值

企业并购的误区

如何评估并购的价值

运用边缘战略做出企业决策

宝洁收购吉列的成功案例

整合式收购的边缘思维

eBay收购Skype的失败案例

用边缘思维看制药巨头的并购交易

吉利德的成功经验

在旅程边缘上播种收购计划的实例

盲目多元化的并购具有极大风险

实践者笔记

第十章 十步发现边缘机会

拥有边缘思维

应用边缘战略的十个步骤

开发边缘战略

制定计划

启动战略

· · · · · (收起)

[延展业务边界](#) [下载链接1](#)

标签

战略

营销

商业战略

管理

投资-D公司-A战略

彭雷

2020年目标

评论

类似差异化战略，或是多元化战略。不过更贴近现有的业务，立足于现有资源，创造更大的价值，而非单一的产生价值。

---

帕累托的80%的结果是由系统中20%的变量产生的。  
积极引入变量，鼓励相互作用，事后评估产出。

---

翻来覆去地诉说同一件事，管理咨询行业的书和管理咨询一样无聊。

有些强行边缘理论的感觉，然后几个总结点还行，但确实很基础，案例的解读也比较浅显，重复性的内容比较多

本书作者之一艾伦刘易斯曾提出过著名的商业法则“80/20定律”，这本书揭示了当今商业运行中的一个重要逻辑，组织扩展乃至个人成长，一定要留意发掘身边的富矿，延展最近的边界，而不一定要把眼光投向遥远而充满不确定的方向。

中亚打折买的，很便宜。很实用的书，详细介了如何拓展业务边界，边缘战略永远也不会过时。

[延展业务边界 下载链接1](#)

书评

[延展业务边界 下载链接1](#)