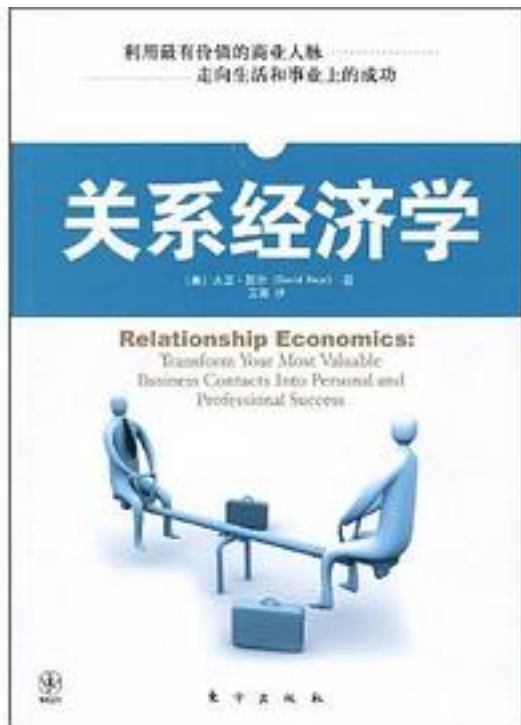


关系经济学



[关系经济学 下载链接1](#)

著者:大卫·努尔(David Nour)

出版者:东方出版社

出版时间:2009

装帧:

isbn:9787506035668

《关系经济学》内容简介：经过长期的精心研究，我发现咨询活动实际上就是关系商务学（relationship business）。不仅仅是咨询活动，大多数商业活动皆是如此。关系的类别多种多样，级别、范围、期限和价值各不相同。很多时候，我们希望和那些不能说“是”但能说“不”的人在一起相处。所以，他们最终会说什么？“不！”

然而，战略商务关系的本质是双赢。这并不是一个零和游戏（zero-sum game），也不是竞争，亦非水力系统。它是要在搭建关系的过程中实现互惠，同时确保自己获得最大利益。

很多组织发展的动力在于构建优势，而不在于弥补劣势。战略关系管理是一个被低估、未尽其用的优势力量，大多数公司可以立即开始构筑关系，而无须任何资金投入。

作者介绍:

大卫·努尔是社会网络战略学家，也是业务关系可计量价值概念领域中最重要思维领袖之一。作为BeOneNow的首席执行官，他为世界500强企业提供战略关系规划的咨询服务。他还是公司协会和学术论坛的国际演说家。曾在多家出版物中发表著作，包括《华尔街周报》、《纽约时报》和《亚特兰大宪章报》。如果想了解更多关于大卫·努尔和《关系经济学》的相关信息，请登录www.relationshipeconomics.net。

目录: 序言 商务关系的战略价值

导言

第一章 为什么大多数“关系网络”不奏效

关系网络不起作用的原因

我能从中得到什么好处(WIIFM)

第二章 关系的演变

衡量并利用公司的软资产

品牌资产

人力资本和全球人才竞争战

对Rolodex价值的错误理解

战略关系

重新定义投资回报

第三章 关系规划

战略规划的根本误区

战略关系规划

战略关系规划的八根支柱

为专业服务业公司制定战略关系规划

第四章 社会网络分析学

社会网络分析概述

社会网络分析在公司中的应用及产生的效果

社会网络分析适用的五个功能范围

第五章 以关系为中心的目标瞄准商务发展

品牌知名度和商务开发的根本区别

在他们成为客户之前

在他们成为客户之后

为什么很多会计师、律师、咨询师和工程师在战略关系开发方面屡屡受挫

专业资质认证的弊端

信誉资本的关键组成部分：资历和信任

以关系发展为中心的目标

第六章 领导力发展的关键联系人

目光短浅的领导力开发

采诸家之长并使其成为自身的战略资产

多样化的关系网络

关键联系人

关键联系人资源：轮轴和辐条

关键联系人关系投资矩阵

广度和深度

相关性

关系光谱

必要的投资

第七章 战略执行的关系银行
数不尽的战略方程式
战略执行失败
根据关系的多样性和质量确定投资额度
第八章 利用关系货币进行适应性创新
交换关系货币
30-60-90天个人关系发展方案
创新比广告省钱
适应性创新
以关系为中心进行创新，打破现有价值链
利用关系网络资产使自己脱颖而出
第九章 将我和他转化成我们
掌控变革的关键人物的战略关系
变革管理中的战略资产：具有影响力的人物网络
从影响者到被影响者
通过并购实现变革
美国公司中缺乏真诚和立场
大型变革和并购的百天行动计划
第十章 社会网络专业平台(LinkedIn)效应
Web 2.0
通过反向导师计划获得关键人物的支持
跨越阻碍软件推广的传统障碍
社会网络技术的影响力回报
一流的社会网络专业平台：LinkedIn
使用LinkedIn推进关系货币路线图的发展
专业服务公司中的LinkedIn效应
LinkedIn对风险投资领域的影响
科学技术是一把双刃剑
最终总结
致谢
• • • • • ([收起](#))

[关系经济学_下载链接1](#)

标签

经济学

管理

咨询

金融

人生规划

评论

商业活动中客户关系的经济学解释

关系 经济的关系？

写的什么！ 真后悔看！

[关系经济学 下载链接1](#)

书评

[关系经济学 下载链接1](#)