

剧变时期的战略与领导力

[剧变时期的战略与领导力_下载链接1](#)

著者:欧高敦 编

出版者:

出版时间:2010-4

装帧:

isbn:9787505891975

《剧变时期的战略与领导力》内容简介：本期《麦肯锡季刊》的关注焦点是当今企业高管面对的两个最重要的挑战：在不确定条件下的决策，以及企业在社会中的作用。许多(尽管并不是全部)首席级高管表示，金融危机以及由此引起的全球经济衰退大大改变了自己对消费者行为和竞争态势的假设，因此需要一种新的管理模式。他们认为，我们的时代已经产生了一种“新常态”，它要求采用更为灵活的决策方法——这一主题贯穿在从第17页开始的一组文章之中。

作者介绍:

目录:

[剧变时期的战略与领导力_下载链接1](#)

标签

麦肯锡

营销

咨询

评论

《经济衰退如何影响了美国人的消费行为》涉及消费转移的解释：消费者在转账低价产品后其对低价产品的感知发生了变化，一分钱一分货的观点被挑战。《Web2.0如何改变我们的工作方式》任何技术都不能替代面对面交流的时间。《电动车市场的新细分法》根据消费者的驾驶目的来定制电动车（远程还是城市代步），因为电池容量提升会带来很大的成本提升。《评估风险应眼观四路》，从渠道、供应链、竞争者和客户四个方面评估可能的风险。

[剧变时期的战略与领导力 下载链接1](#)

书评

[剧变时期的战略与领导力 下载链接1](#)