



科文图书

www.beijingkewen.com

科文工商管理经典文库

THE VALUE FACTOR

惠普新任CEO马克·赫德与NCR主席
拉尔斯·尼伯格联合打造

我的竞争对手唯一无法获得的资源是什么？我的
竞争对手唯一不能复制的资产是什么？保持企业
持续竞争优势的最终源泉是什么？

信息——关于公司的顾客、供货商和合作伙伴的
信息，是企业最有价值的资产。

信息整合的 新竞争力

打造企业独一无二的竞争优势

[美] 马克·赫德 拉尔斯·尼伯格 著

Mark Hurd Lars Nyberg



科文图书

www.beijingkewen.com

科文工商管理经典文库

信息整合的新竞争力

THE VALUE FACTOR

打造企业独一无二的竞争优势

[美] 马克·赫德 拉尔斯·尼伯格 著
Mark Hurd Lars Nyberg

王继平 译



淮阴师院图书馆 767569

著作权合同登记号:图字 01-2004-4928 号

图书在版编目(CIP)数据

信息整合的新竞争力/(美)赫德(Hurd, M.), (美)尼伯格(Nyberg, L.)
著;王继平译. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2005
(科文工商管理经典文库)
书名原文: The Value Factor
ISBN 7-5045-4962-2

I. 信… II. ①赫…②尼…③王… III. 信息经济学 IV. F062.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 005232 号

The Value Factor, by Mark Hurd, Lars Nyberg©2003 by NCR Corporation

All rights reserved.

Protected under the Berne Convention. No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, record, or otherwise, without the prior written permission of the publisher except in the case of brief quotations embodied in critical articles and reviews.

中文简体字版版权©2004 由 Bloomberg Press 授权科文(香港)出版有限公司

中国劳动社会保障出版社出版

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

*

北京科文剑桥图书有限公司承销

(北京安定门外大街 208 号三利大厦 邮政编码:100011)

购书热线:010-64203023

*

中国纺织出版社印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米×960 毫米 16 开本 10.25 印张 138 千字

2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月第 1 次印刷

定价:28.00 元

读者服务部电话:010-64929211 发行部电话:010-64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

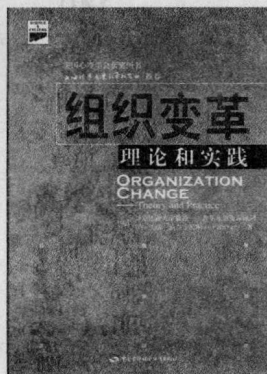
版权专有 侵权必究

举报电话:010-64911344

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
向女性推销	(英)卡罗尔·纳尔森	18.00	2001.2
市场调研	(英)保罗·海格等	20.00	2002.1
BTOB 营销	(美)拜端·斯丽斯丁	30.80	2001.10
E-mail 营销	(美)莎依·金纳德	22.80	2001.10
忠诚营销	(美)凯瑟琳·辛德尔	24.80	2001.10
管理系列			
管理的现在和未来	(美)托马斯·科汉 理查德·施马尔茨	39.00	2005.5
信息整合的新竞争力	(美)马克·赫德 拉尔斯·尼贝里	28.00	2005.5
6个月扭亏为盈	(美)加里·萨顿	58.00	2005.5
组织变革	(美)W.沃纳·伯克	38.00	2005.1
退出战略	(英)约翰·霍基	58.00	2005.1
凯洛格论技术和创新	(美)兰杰·格拉特等	58.00	2004.9
普华永道论变革型领导力	普华永道变革整合小组	48.00	2004.9
财富大家	湖南卫视《财富中国》栏目组	28.00	2005.1
成为更出色的经理	(英)迈克尔·阿姆斯特朗	26.00	2004.5
明茨伯格论管理	亨利·明茨伯格	48.00	2004.5
企业决策管理	(美)弗兰克·耶茨	24.00	2004.3
管理是什么	(英)悉尔·M·格拉斯	32.00	2004.3
战略是什么	(英)理查德·惠廷顿	28.00	2004.3
公司治理与评级系统	李存修 柯承恩	48.00	2004.1
公司定位	(美)杰克·泰斯默	25.00	2004.1
企业管理表格手册(附光盘)	英国企业管理协会编	45.00	2003.7
第五项修炼教程:学习型组织的应用	(美)伯特·弗雷德曼等	29.00	2003.1
马斯洛论管理	(美)亚伯拉罕·马斯洛	29.00	2004.5
战略管理方法:定性与定量分析	(美)若热·瓦斯康塞洛斯·伊·萨	22.00	2003.1
产品经理手册	(英)琳达·葛彻尔	24.00	2002.1
把公司搬上网:企业网络经营生存指南(精装)	(美)乔纳栗·伊佐	20.00	2002.1
跨国经营失败案例	(美)戴维·A·里克斯	14.00	2001.2
美国女经理人的管理策略	(美)凯罗·加拉赫	26.00	2002.1
米奇的魔杖:迪斯尼的经营之道	(美)比尔·卡波达戈利等	19.80	2003.2
战略采购管理	(美)蒂莫西·M·拉塞特	25.00	2003.1
项目经理的 MBA:从策划到成功	(美)菲利普·特利文	24.00	2003.1
ISO14000 执行手册	(美)詹姆斯·哈灵顿	28.00	2003.1
管理悖论:高绩效公司的管理革新	普华永道变革整合小组	29.00	2003.1
咨询系列			
从培训讲台到咨询现场	(美)凯洛琳·尼尔松	28.00	2004.5
高绩效咨询	(美)罗伯特·谢弗	28.00	2004.3

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
咨询项目建议书写作指南	(美)赫尔曼·霍尔茨	38.00	2004.5
管理咨询:优绩通鉴(第二版)	(英)菲利浦·萨德勒主编	48.00	2004.1
完美咨询:咨询顾问的圣经	(美)彼得·布洛克	39.00	2004.3
创建咨询公司:从起步到成功	(美)阿兰·卫斯	22.00	2004.1
造就卓越的咨询顾问	(美)杰伊·A·贝切斯	18.00	2003.1
人力资源管理系列			
管人的伪真理	(美)克利斯·艾吉里斯	48.00	2005.6
招聘! 招聘! 得到你想要的员工	(美)凯文·克林维克斯 马修·奥康内尔	15.00	2004.5
激励! 激励! 发掘员工最大潜能	(美)安妮·布鲁斯 詹姆斯·伯比顿	15.00	2004.5
培训! 培训! 推动员工持续进步	(英)彼得·哈尼罗杰·贝内特	15.00	2004.5
绩效! 绩效! 如何考评员工表现	(美)罗伯特·巴克沃	15.00	2004.5
团队! 团队! 游戏培养合作精神	(美)斯沃塞乐姆·撒格莱恩 格伦·帕克	15.00	2004.5
转型:与企业战略匹配的人力资源管理	(美)琳达·霍尔比契	45.00	2004.3
留驻核心员工	(美)利·布拉纳姆	22.00	2004.1
高绩效团队训练法	(英)托马斯·G·克兰	18.00	2002.1
创业系列			
青年创业指南:建立和经营自己的企业	(美)史蒂夫·马若堤	29.00	2004.4
合伙还是单干:成功合伙的8个秘密	(美)阿兹里娜·杰夫	25.00	2003.1
创业融资商业计划	(英)约瑟夫·科万罗等	25.00	2003.1
金融·财会系列			
无形财富(精装)	(美)玛格丽特·布莱尔 史蒂文沃曼	38.00	2004.5
无形资产(精装)	(美)巴鲁·列弗	48.00	2004.1
财务报表分析及案例	(美)科斯特斯等	22.00	2002.4
中小企业财务管理	(英)科林·科罗	18.00	2002.9
金融市场风险及监管	(美)理查德·德尔	28.00	2002.1
零重力:高科技风险投资与上市(精装)	(美)史蒂夫·哈蒙	45.80	2001.2
英汉证券与金融工程词典	陈胜权 圣才	68.00	2003.1
个人理财系列			
股票买卖原则	(美)威廉·欧奈尔	29.00	2005.5
笑傲股市(第三版)	(美)威廉·欧奈尔	26.00	2004.3
股票技术分析新思维	(美)瑞克·贝辛格尔	28.00	2004.3
专业投机原理(第三版)	(美)约克多·斯波朗迪	38.00	2004.3
证券混沌操作法	(美)比尔·威廉姆	19.00	2004.3
股票K线战法(第三版)	(美)史蒂夫·尼森	28.00	2004.3
固定收益证券	(美)布鲁斯·塔克	48.00	2002.7
变波投资:筛选下一只超常增长股	(美)托宾·史密斯	15.00	2002.1

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
财富新时代:投资者如何从未来经济的五大趋势中获利	(美)布赖恩·S·韦斯伯里		
与财富有约:个人投资组合方略	(美)塞米尔·凯斯	24.00	2001.9
汇市圣经	黄荣灿	19.00	2001.9
传媒管理系列			
报纸经营与管理	(美)康拉德·芬克著	45.00	即将出版
杂志经营与管理	(美)谢里尔·伍达德著	32.00	即将出版
电台经营与管理	(美)迈克尔·基斯	45.00	即将出版
高管商学院			
数据挖掘	(美)迈克尔·贝里	48.00	2004.10
税收与企业战略	(美)迈伦·斯科尔斯	45.00	2004.10
价值评估	(美)阿斯沃斯·达蒙德理	45.00	2004.10
运作管理	(美)罗杰·施罗德	48.00	2004.10
产品管理	(美)唐纳德·莱曼	48.00	2004.10
公司治理	(美)罗伯特·蒙克斯	48.00	2004.10
战略人力资源管理	(美)杰弗里·梅洛	42.00	2004.10
全美最新工商管理权威教材系列			
战略管理(第13版)	(美)亚瑟·A·汤姆森	43.00	2005.5
精通战略——企业战略前沿问题	芝加哥大学商学院等合著	68.00	2004.5
管理学(第5版)	(美)托马斯·S·贝特曼	53.00	2003.9(5印)
公司治理(第2版)	(美)罗伯特·蒙古斯	39.00	2004.1(首印)
经济学(第14版)	(美)坎贝尔·R·麦克康奈尔	69.00	2004.6
战略人力资源管理	(美)杰弗里·梅洛	39.00	2004.5
商业和经济统计学	(美)詹姆斯·麦克莱夫	79.00	即将出版
营销精要(第8版)	(美)威廉·D·皮诺特	59.00	2004.6
市场营销管理	(美)约翰·A·昆克	49.00	2004.6
销售队伍管理(第10版)	(美)斯坦顿	39.00	2004.6
产品管理(第2版)	(美)唐纳德·R·莱曼	39.00	2004.6
营销调研(第7版)	(美)戴维·阿克	69.00	2004.1(首印)
数据挖掘	(美)迈克尔·贝里	38.00	2004.1(首印)
税收和企业战略(第2版)	(美)斯科尔斯	49.00	2004.1(首印)
价值评估	(美)达蒙德理	43.00	2003.1(首印)
投资学	(美)汉姆·列维	69.00	2004.6
精通投资——全球投资前沿问题	(英)詹姆斯·皮克福德主编	68.00	2004.5
财务案例(第11版)	(美)W·凯斯特	58.00	2004.6
会计学(第9版)	(美)罗伯特·N·安索尼	29.00	2004.6
管理会计(第4版)	(美)唐·R·汉森	69.00	2004.6
财务报表分析(第5版)	(美)伯恩斯坦	38.00	2002.3(3印)
运作管理(第4版)	(美)罗杰·施罗德	59.00	2003.9(3印)
财务管理分析(新版·第6版)	(美)罗伯特·G·希金斯	38.00	2003.1(首印)



《组织变革》 [美] W·沃纳·伯克 著

●中国劳动社会保障出版社 ●16开 ●平装 定价：48.00

★ 本书简介

本书对目前已有的组织变革的理论和研究基础进行了总结，包括变革的本质和组织所经历的变革的各种类型。作者回顾了各种模型，包括新提出的伯克—利特温模型，并用案例对如何利用这些模型来对组织变革的有关事宜进行诊断进行了说明。伯克强调有计划的、革命性的而不是逐渐的、进化性的组织变革。他把理论研究与它们在组织变革中各个方面的应用有机地结合了起来。

这本书对于组织变革、组织心理学、产业心理学和组织行为学的学生和讲授 MBA 课程的教授们来说都极具参考价值。对于那些进行组织分析需要相关参考书的从业人员和咨询顾问阅读本书也将有所裨益。

★ 关于作者

W. 沃纳·伯克是纽约哥伦比亚大学师范学院组织学和领导学系的心理学和教育学教授和社会组织心理学研究生项目的协调人。他还是普华永道公司 (PricewaterhouseCoopers LLP) 的组织和变革实践的高级顾问。



《退出战略》 [英]约翰·霍基 著

●中国劳动社会保障出版社 ●16开 ●平装 定价：58.00

★ 本书简介

对于私营企业主而言，成功地实现企业退出是企业生活中的一件大事。本书将向你展示如何以“麻烦”最少、回报最大的方式实现企业退出。本书是独一无二的，因为作者是站在企业主的立场上，把企业退出计划需要的所有知识都整合到了这本书中。

本书强调了退出计划应有一个坚实的基础，而企业连续经营计划则确保了企业能够平稳交接并为业主带来最大回报。

本书不仅能在现在和未来为你节省时间和金钱，它还能帮助你从毕生的事业中获得最大的回报。

退出战略的制定需要审时度势、谋定而后动。退出战略的时机选择、方式选择需要科学性和艺术性，尤其需要专业的分析方法和工具，随着市场化程度的深入，企业主的退出不再被认为是失败的表现，企业家也有了更多的选择空间。必要时企业家甚至可以借助专业战略咨询机构的指导，并以此推动企业退出。

★ 关于作者

约翰·霍基，商学硕士，注册会计师，出庭律师，他在商业、咨询等专业领域有丰富的经验，曾担任制造业、出版业的企业经理，也曾拥有自己的企业。他在企业破产和重组方面有多年经验，并从事过15年企业并购、出售和退出战略方面的专业咨询。

北京科文剑桥图书有限公司

1. 欢迎您到当当网或当地新华书店购买本公司的图书。当当网的送货上门收款城市遍及全北京、天津、上海、沈阳、南京、杭州、广州、深圳、福州、武汉、西安等,更多城市请查询当当网!(www.dangdang.com) 2. 邮购:一律免收邮寄费;在收到您的汇款后3个工作日内,我公司即挂号发出。如需特快,请另付费。3. 换书:如果您收到的图书有质量问题,我们将免费为您调换。请于10天之内,将图书和发票一起寄回本公司。我们收到退书,将在3个工作日内为您换发。4. 邮局汇款、联系地址:北京市东城区安定门外大街208号三利大厦(100011),客户服务 E-Mail: kefu@beijingkewen.com 5. 电话:010-64203023

书 名	著(译)者	定(估)价	出版日期
营销系列			
新型消费者营销	(英)苏珊·贝克尔	38.00	2005.4
创建强势品牌	(美)戴维·阿克	28.00	2004.5
品牌组合战略	(美)戴维·阿克	58.00	2005.5
谈判是什么	(英)盖温·肯尼迪	29.00	2004.10
服务竞争优势——制定创新型服务战略和计划	(瑞典)安德斯·古斯塔夫松 麦 克尔·约翰逊	24.00	2004.5
创意——并非广告人独享的文字饕餮	(美)詹姆斯·韦伯·杨	16.00	2004.5
技术销售顾问实用手册	(美)里克·格林沃德 詹姆斯· 米格伯瑞	48.00	2004.5
赢销战	李亚编著	24.00	2004.4
大客户:识别、选择和管理	(英)彼得·查维顿	29.80	2004.1
聪明人鬼点子系列:提升企业形象	(英)蒂莫西·RV·福斯特	15.00	2004.6
聪明人鬼点子系列:妙用口碑营销	(美)古德弗瑞·哈瑞斯 格里格 瑞·哈瑞斯	15.00	2004.6
聪明人鬼点子系列:抓住更多商机	(英)蒂莫西·RV·福斯特	15.00	2004.6
聪明人鬼点子系列:赢得忠诚顾客	(美)保罗·蒂姆	15.00	2004.6
聪明人鬼点子系列:获得更多利润	(英)大卫·李	15.00	2004.6
如何制定营销计划(中英文对照)	(英)约翰·韦斯特伍德	24.00	2003.5
广告企划的艺术	(英)斯蒂尔	35.00	2003.1(2印)
新产品市场营销	(美)琳达·平森等	29.00	2003.1
旅游业市场营销	(美)劳乃尔·贝克勒	32.00	2002.4
英国 IPA 广告培训教程	(英)莱斯利·巴特菲尔德	32.00	2002.4
公司广告运作	(英)罗德里克·怀特	24.00	2002.1
少儿用品品牌营销	(美)基思·德尔·威切欧特	16.00	2002.1
赊销管理圣经	(英)波特·爱德华	28.00	2002.1
产品经理的营销计划	(美)唐纳德·R·莱曼	24.00	2003.1
低费用的市场营销	英国市场营销协会编	26.00	2002.1
创建销售渠道优势	(美)英伦斯·弗里德曼	24.00	2002.9
最大化营销	(美)斯坦·拉普等	25.00	2001.2



《服务竞争优势》 [瑞典]安德斯·古斯塔夫松 等著

●中国劳动社会保障出版社 ●16开 ●平装 定价：28.00

★ 本书简介

对于企业的成功而言，为客户提供创新的、高质量的服务是至关重要的。但是几乎没有几个企业懂得如何制定综合性的服务开发计划。本书为组织设计、建立和完善服务战略和计划提供了一整套行之有效的办法，从而为组织的发展和成功奠定了坚实有力的基础。书中从三个方面帮助企业建立起有效的创新服务计划：保障现有服务质量；改进服务水平；创新服务内容。书中广泛列举了国际领域里各种成功组织的案例和典范——迪斯尼、爱立信、宜家家居、全国便利店协会、丽嘉酒店、北欧航空公司、瑞典泰利亚移动通信公司——这些组织皆因其出色的服务战略和计划而被收录于书。

★ 关于作者

安德斯·古斯塔夫松负责教授瑞典卡尔斯特德大学服务质量管理课程。他是服务研究中心的主任，致力于技术准备、用户驱动型服务活动的研发及以客户为导向的管理模式等课题的研究工作。



《企业决策管理》 [美]J·弗兰克·耶茨 著

●中国劳动社会保障出版社 ●16开 ●平装 定价：24.00

★ 本书简介

本书首先讨论了什么是决策管理。书中指出每一个实际决策都需要先解决10个重要决策问题。这些问题包括从是否需要此次决策到保证该决策行动的实现等一系列重要元素。如果公司制定了一个极好的决策，这意味着公司的决策者极好地解决了所面临决策中的10个重要决策问题。在介绍了一些重要的概念和工具以后，本书的核心部分详细介绍了这10个决策前需解决的重要决策问题。书中用现实生活中的具体例子对这10个重要决策问题进行了详细的解释。并且根据这些案例给出了管理者可以在自己的管理实践中使用的基本原则和决策管理技术。

★ 关于作者：

J·弗兰克·耶茨是密歇根大学商学院工商管理 and 营销学教授，获奖教师。他在密歇根大学商学院讲授决策管理达20多年，并在许多国外高校——包括北京大学、莱顿大学、东京大学——担任访问教授。他同时还是《行为决策制定》杂志的副主编、判断与决策制定协会的原主席。他写过许多决策方面的文章，并且是许多决策研究方面的期刊的资深编辑，这些期刊包括：《组织行为和人类决策过程》、《应用心理学》以及《医学决策制定》。



这是一本成功的企业 CEO 和致力于成为出色的 CIO 的必读手册。

在本书中,作者透过“信息资本”这样崭新和明确的概念,阐述了高效完整挖掘企业信息资源和合理分配使用这些资源对企业发展的决定作用。

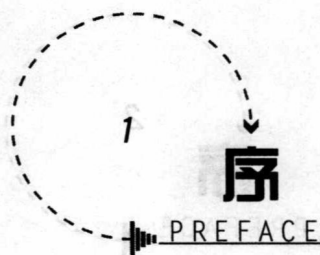
“我们已经从一个大鱼吃小鱼的世界进入到一个快鱼吃慢鱼的世界”。快速的决策和更有成效的业务处理,都需要完整而准确的信息资源,并且将这些信息资源分配到业务的各个环节,调动所有员工的潜力,摒弃过多的假设。

信息的价值在于不断地在收集、分析、计划、行动和回馈中完善和提高效率,这是长期和巨大的投资,同时需要新的企业文化和组织结构,它要求承诺和创新的思维。

本书在如何充分将信息转化为资本、领导层的愿景、领导层的承诺推行、协作式的公司文化、内部和外部关系的生态系统五个方面,利用国际上知名公司的实践经验,给大家提供了更为翔实的资料。

你已经实现了公司中最重要资源的全部价值了吗?

当当网 CIO



问一下孩子们关于腕龙 (Brachiosaurus) 他们知道些什么, 他们可能会告诉你那是一种有两个大脑的恐龙。年轻人一想到如此的庞然大物的后腿和尾巴是由另一个大脑控制的, 无疑这种说法所表示出的推卸责任的可能性会深深吸引他们。尽管近来古生物学家们更倾向于认为另一个大脑只不过是恐龙脊髓中的凸起神经, 但先入为主的印象已经很难改变。一个巨大的身躯具有两个争夺控制权的大脑, 这简直是一个信手拈来的隐喻。

它是一个经常用于公司的隐喻, 这不是没有原因的。一个大型企业在平平常常的一天中要学习不少东西, 其中的许多必须现学现卖。有时, 在对事件形成全面而一致的印象之前企业已经采取了行动, 这时一只尾大不掉的恐龙形象不由自主地又跃入脑海。

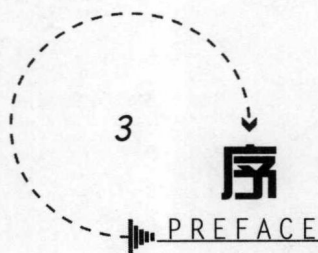
这是一本关于已经决心成为意志统一的组织的书。其中的故事表明, 当公司最优先地考虑把所有可供利用的信息综合起来以形成关于现实发生事情的单一且一致的了解时, 它将能够取得怎样的成果。那些现代跨国公司, 不论其规模多么大, 要处理的信息多么繁杂, 或者其决策是多么分散, 它们总是小心翼翼以免成为对现实真相充满多种矛盾解释的牺牲品。它们找到了关于它们的市场、它们的供应链和它们自己的最好的理念, 并且把这些理念给予每一位决策人。在接下来的故事中你将会

看到其结果不仅仅是效率,虽然效率不会是被嘲笑的东西。更高视界(superior vision)的结果常常是一种压根儿就是更高品位的商业模式。在盲人的国度中,独眼飞行员的航线会受到每个人的青睐。

更好的信息能够改变企业。从我自己特别的研究兴趣出发,在本书的改造故事(transformation stories)中,我最喜欢的是关于客户生态系统(customer ecosystem)的。它们表明,当客户发现在拥挤的商业中心和工作地点,他们不再是没有特色、无足轻重的人,而是被卖家注意并且在他们是谁、他们的特别需求、他们对于卖家有什么价值等问题上能够引起卖家的注意力时,市场会发生什么变化。客户需要特殊身份,他们不要做支离破碎的个体——他们要让他们的特殊偏好和他们本身都得到认同。有着最好信息系统的卖家给客户的恰恰就是这一点——最宝贵的、最明确的身份。

较好的信息也改造了企业之间的合作关系。从这些故事中我们学到:信息量越大,控制权就越大。我们看到:一个准确而完整的关于供应链的看法如何把企业从纵向联合的沉重负担中解放出来。作者在指出对于现实进程的一个普通看法所产生的不可避免的结果时,这样写道:“供应链已经分解成一系列的公司之间的关系。”

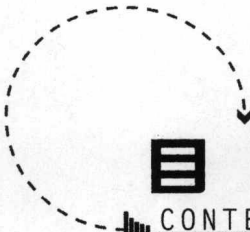
正如机械的力量曾造福于我们的世界一样,信息释放出的力量对我



们的世界所能产生的巨大影响,使我们备受鼓舞、豁然开朗、精神振奋。请读读这些处于信息经济前沿的真实且生动的记述吧。马克·赫德和拉尔斯·尼伯格为我们展示了未来,未来是令人惊叹的!

约翰·A·戴顿(John A. Deighton)

哈佛商学院工商管理教授



目 录

CONTENTS

第 1 章	价值:将信息转化为资本	/1
第 2 章	愿景:成功的领导	/17
第 3 章	控制:充分利用公司生态系统	/37
第 4 章	控制:客户生态系统	/51
第 5 章	控制:供应商、合作伙伴和运营物流	/79
第 6 章	控制:风险管理	/93
第 7 章	价值:洞察力、监管和更高回报	/103
第 8 章	愿景:下一个新领域	/111
附 录	(编者加)	/123
1	做成功的 CIO 从反省自己开始	/125
2	宝洁(中国)突破 SCM 瓶颈力推 ECR 标准	/126
3	释疑 ERP 实施中的六大困惑	/131
4	IT 项目成功的 7 大领导策略	/136
5	管理型 CIO 是怎样炼成的	/142

~ 767569

第 1 章
CHAPTER

价值

「将信息转化为资本」

你已经实现了公司中最重要资源的全部价值了吗

TowerGroup

我们是在一个瞬息万变的全球性商业环境中运作。正如 TowerGroup 的总裁兼首席执行官马克·西夫赖特 (Mark Sieviewright) 所说, 现在我们大家都缺少时间, 而时间的耗费意味着公司又要去适应全新的运作方式。稳居竞争的前列越来越困难。成功与失败之间的权衡点只不过是一把剃刀的刀刃, 胜负之间只差毫厘。如果我们生产出一个更好的产品, 我们的竞争对手甚至在我们开始充分利用这一点优势之前, 就能够复制和改进这个产品了。

我们需要从既有事物中发掘出更大的价值。如何做到这一点呢? 削减成本是一柄双刃剑。我们需要成功, 但更需要投资于革新、演进、竞争和领先。

专家点评

达沃斯世界经济论坛 (Davos World Economic Forum) 主席克劳斯·施瓦布 (Klaus Schwab) 最近评论说: “我们已经从一个大鱼吃小鱼的世界进入到一个快鱼吃慢鱼的世界。”

所以, 我们需要改变规则。我拥有而我的竞争对手没有的唯一的東西是什么? 我能够为之投资而我的竞争对手却不能加以复制的东西是什么? 答案是“信息”。

充分利用你拥有的关于客户、供货商和合作伙伴的信息, 这对于可持续发展而言, 是新的价值观。