

杜老师的策略

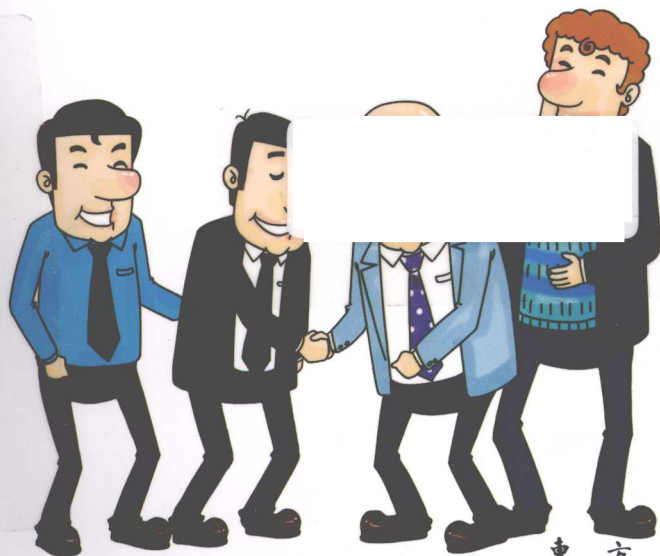
一小时学习

管理能力大提升

德鲁克管理学家

詹文明 著

德鲁克管理思想漫画丛书⑥



東方出版社

杜老师的策略

詹文明 著

東方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

杜老师的策略 / 詹文明 著. —北京: 东方出版社, 2010

(德鲁克管理思想漫画丛书)

ISBN 978-7-5060-4040-2

I. ①杜… II. ①詹… III. ①管理学—通俗读物 IV. ①C93-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第211950号

杜老师的策略

作 者: 詹文明

责任编辑: 姬 利 张 仞

出 版: 东方出版社

发 行: 东方出版社 东方音像电子出版社

地 址: 北京市东城区朝阳门内大街166号

邮政编码: 100706

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

版 次: 2010年12月第1版

印 次: 2010年12月第1次印刷

开 本: 787毫米×1194毫米 1/32

印 张: 7.75

字 数: 82千字

书 号: ISBN 978-7-5060-4040-2

定 价: 36.00元

发行电话: (010) 65257256 65246660 (南方)

(010) 65136418 65243313 (北方)

团购电话: (010) 65245857 65230553 65276861

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场
如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 65266204

自序

“策略（Strategy）”源自于希腊语Strategos，其意指“将军的艺术”。未来是不可预测的，但是可创造的。我们不是要完成什么目标，而是客户未来想获得什么样的满足，这就是策略性思维的核心价值所在。

其次，为了满足客户的未来期望、价值、欲望及需求，企业内部必须拥有什么样的能力，尤其核心能力，以快速提供正确的产品、服务及系统运营。为此，策略的思维即是以目标为导向的管理，因为没有目标就无从管理，目标不是一堆数字，而是要从问“我们的顾客是谁，我们的未来顾客应该谁”做起，这样的未来才具有意义，这样的目标才会有价值。

策略不是一堆眼花缭乱的战术，更不是异想天开、灵光乍现的创意，而是衡量企业内在、外在情势所作的重大决策，更是发掘机会、创造机会的一堆逻辑思维之判断能力。

策略更是以“共同的价值藉由规范行为而形成控制”来实现

公司愿景，进而以“共同的目标藉由发动策略而形成焦点”来统合资源完成目标。策略乃是透过“有目的、有条理、有系统”的长期而根本的思维，它是一项思考工具，思考为掌握不确定的未来，现在应该做什么？不该做什么？改变什么？不改变什么？这样才能迎接可能的未来。

詹文明

2009年7月24日于台北

导读

什么是策略？ / 1

为何要有策略？ / 9

策略的第一部分：高管的价值取向 / 15

策略的第二部分：环境的机会与威胁 / 33

策略的第三部分：企业的优势 / 39

策略的三个层级 / 47

策略三层级最终达成三项目标：资源最大化、机会最大化、

系统全球化 / 63

策略的第一项原则：策略性目标 / 69

策略的第二项原则：策略性定位 / 97

策略的第三项原则：策略性经营 / 101

策略的第四项原则：策略性方案 / 107

策略的第五项原则：策略性时机 / 115

策略的第六项原则：策略性执行 / 125

策略的第七项原则：策略性创新 / 133

全球性策略要从退场机制开始 / 147

155 / 计划是要完成什么？要达到什么目的？

161 / 规划才是行动的方案

173 / 策略性规划是现在作决策以掌握不确定的未来

175 / 高效能的秘诀就是“专注力”

185 / 用制定政策、规则、制度来对付紧急但不重要的事

189 / 我现在最该做的一件事是什么

197 / 最伟大的典范就是对组织使命的全心奉献

203 / 最大的使命要从自己做起，从自我管理开始

211 / 自我发展——与生命等长的历程

219 / 策略发展的内外重点

223 / 策略的首要工作就是界定公司的“现实处境”

233 / 策略的最终产物



什么是策略？

“策略”不是一堆眼花缭乱的战术，更不是异想天开、灵光乍现的创意；而是衡量组织内在、外在情势所作的重大决策，更是发掘机会、创造机会的一堆逻辑思维判断能力。



“策略”是透过有目的、有条理、有系统的长期而根本的思维，且以纪律的行为，果敢的行动，获取组织生存与永续的经营。



九六三数位化科技集团

九六三数位化科技集团，号称实力雄厚，行销全球。

杜老师：
开朗而务实，保守又创新，
世界级CEO咨询顾问，且充满智慧的经营管理权威。

了了：
了尾的唯一下属，身高两米零八，人高马大，身材绝技。获得美国西北大学消费者行为博士学位。

了尾：
了然的下属，取得美国哈佛大学企业管理硕士MBA学位，但与了然难以沟通，关系一直紧张。

了然：
“九六三数位化科技集团”
亚洲区行销总裁。素有“推销高手”的美誉，业务的实战经验十分丰富，但是与下属员工关系十分紧张。









为何要有策略？

