

《广角镜战略》

图书基本信息

《广角镜战略》

内容概要

每一家企业都追求创新，寻找利润增长点的第一要务就是“创新”，然而，无论创新构想有多么刺激和天花乱坠，成功的创新仍然不多。大部分的观察家认为，创新失败是由于缺乏顾客的视角或执行力不足；但许多公司其实都特别注意到这些明显的原因，可是最终仍然避免不了失败。本书作者研究了米其林、索尼、诺基亚和苹果等公司创新成功或失败的鲜活案例，并提出，创新失败有时不在于构思或产品本身，而是在于组织之外的原因，真正的问题是创新“生态”及其所蕴藏的风险。本书基于全新的视角和概念提出了企业创新的广角镜战略，通过运用这一战略工具，企业的创新产品和服务才能真正为消费者带来价值。

《广角镜战略》

作者简介

书籍目录

第一部分 发现生态系统

- 1.当把一切都做对时，为什么还会出问题
- 2.合作创新风险：当不再是自主创新时，你要发现真正的困难
- 3.采用链风险：要看到最终客户之前的所有客户
- 4.内外部生态系统无处不在

第二部分 选择你的定位

- 5.定位生态系统：识别区块和地点
- 6.角色与关系：在创新生态系统中领导抑或跟随？
- 7.正确的地点和时间：早起的鸟何时会有虫吃？
- 8.拓展视角意味着变换话题

第三部分 赢得竞赛

- 9.改变游戏：重置生态系统，为你服务
- 10.给成功排序：赢得接续的竞赛
- 11.让你的成功几率加倍

《广角镜战略》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com