

《企業觸媒策略》

图书基本信息

书名：《企業觸媒策略》

13位ISBN编号：9789866759437

10位ISBN编号：9866759431

出版时间：2007-12-26

作者：David S. Evans,Richard Schmalensee

页数：283

译者：李芳齡

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《企業觸媒策略》

內容概要

當兩群顧客相互需求卻缺乏接觸管道，
企業如何顛覆傳統策略與戰術，搭起平台，扮演觸媒角色，
點燃威力十足的催化作用？

多數企業只服務一組顧客群，或以一項產品向一組顧客提供服務，而顧客彼此之間無所關連，這種事業稱為「單邊事業」。但如今有愈來愈多「多邊平台」，同時服務兩組或兩組以上顧客群，且想盡辦法催化不同顧客群之間的關係，讓他們彼此交流、交往或甚至達成交易，這種企業就是「觸媒型企業」。

如今「觸媒型企業」在經濟體系中扮演的角色愈來愈重要，其經營成果也空前傑出，最著名的例子就是Google、交友網站MySpace、蘇富比、NTTDoCoMo等。但「觸媒型企業」其實早已存在，英國倫敦證交所的前身 喬納丹咖啡店、東京的築地市場、美國塔夫茲 新英格蘭醫學中心、紐約時報等，都是典型的「觸媒型企業」。

本書探討「觸媒型企業」的成功法則，兩位作者提出一套完整的觸媒架構，以六項要素說明「觸媒型企業」的經營要點：觸媒社群、定價結構、催化作用的設計、獲利力、競爭、實驗與演變。

當企業經理人在思考企業轉型或策略聯盟時，當投資人找尋機會以發揮最佳投資效益時，當創業家發想新事業藍圖時，本書的洞見及案例皆極具參考價值。

本書是多邊平台的制勝法則，更是觸媒時代的企業生存指南。

作者簡介

作者簡介

大衛·伊凡斯 (David S. Evans)

芝加哥大學經濟博士，專長於競爭政策、企業購併及反托拉斯法等，現任LECG顧問集團歐洲分公司董事會副主席、英國倫敦大學學院(University College London)客座教授、芝加哥大學法學院講師。曾發表八十餘篇學術論述，並創辦市場平台動力策略顧問公司(Market Platform Dynamics)，專門幫助觸媒事業或組織開發可獲利的產品、客戶和事業策略。在諮詢顧問領域，他協助全球頂尖觸媒事業制定長期成長與獲利策略，為數位媒體、高科技、行動通訊、金融服務和軟體產業的公司高層主管提供諮詢服務，幫助他們掌握產業、市場、技術變化帶來的機會。

理查·史馬蘭奇 (Richard Schmalensee)

美國麻省理工學院經濟學博士，現任麻省理工學院史隆管理學院院長暨管理與經濟學教授，市場平台動力策略顧問公司董事會主席、其他多家公司或機構的董事會成員，並為全球各地觸媒事業提供策略議題的諮詢顧問服務。他曾任老布希總統經濟顧問，是產業組織經濟學、政府政策及企業策略領域的全球知名學者，著有十一本書和百餘篇學術論文，在廣告、訂價、產品搭售、雙邊事業策略等領域提出許多啟迪人心的研究心得。

伊凡斯和舒馬蘭奇這兩位經濟學家率先研究雙邊事業(two-sided businesses)的新經濟學，並就此一主題發表廣泛的學術與企業文獻，已出版合著《看不見的引擎》(Invisible Engines: How Software Platforms Drive Innovation and Transform Industries)和《塑膠貨幣革命》(Paying with Plastic: The Digital Revolution in Buying and Borrowing)，後者被譽該相關主題的「終極天書」。

譯者簡介

李芳齡

目前專事翻譯，譯著包括《啟動革命》、《哈佛商業評論精選：企業策略》、《第五項修練III：變革之舞》、《業競天擇》、《創新者的解答》、《創新者的修練》、《當債務吞噬國家》、《成長的賭局》、《創新3力》、《境外共和國》、《創新的軌跡》、《開放式經營》等近五十部。

《企業觸媒策略》

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