

《突破增长极限：沃尔玛、丰田等顶级企业如何驾驭商业复杂性》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2006年02月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787801704320

编辑推荐

“下一个十年之内，商场胜负的**区别就在于你是否驾驭了复杂性。”、

——迈克尔·乔治和斯蒂芬·威尔逊

许多经理人任直觉便可理解驾驭复杂性所能带来的巨大利益，但是全世界只有为数不多的经理人知道如何精确地衡量、管理复杂性并从中获益。现在，复杂性管理的世界权威迈克尔·乔治和斯蒂芬·威尔逊的开创性著作《突破增长极限》的问世改变了这一切，该书将告诉你如何消除阻碍公司利润和增长的瓶颈。

我对驾驭复杂性这一理念非常感兴趣，现在，我正将该理念运用于实际经营当中！我一直把复杂性当做一个大问题，但一直以来它就像戈尔地雅斯难结。真高兴能掌握解决这个难题的新方法！

——ITT工业公司首席执行官朱力安诺

显而易见，当我们应付公司中*为棘手的问题时，管理的复杂性是关键所在。对于施乐这样一个曾经积极削减成本的公司来说，控制复杂性的成本是下一个重要课题。我们必须面对复杂性成本的挑战。为了把握住这个机会，我们必须马上开始行动。

——施乐公司董事长兼首席执行官安妮·莫西卡

很明显，所谓的复杂性已经成为造成浪费的一大原因。虽然我很早以前就凭直觉感觉到这一问题的严重性，但两位作者及乔治集团所做的研究无疑意义更为重大，他们让更多的人了解到管理的复杂性是如何产生的，以及该如何预防并应对复杂性问题。

——诺思罗普·格鲁曼公司副总裁克里斯·库尔

内容简介

在你的商业活动当中，有时复杂性显得很多，它会侵蚀你的利润，妨碍生产率的提高、迷惑顾客的选择并增加许多不可回收的成本，而这些都是将让你在商场之中处于不利地位。但这只是问题的一个方面：有时代会因为产品、服务以及其他提供给顾客的选择当中复杂性过少而处于劣势。顾客把这种具有附加值的复杂性叫做“多样性”、“选择”或者“定制化”。在《突破增长极限》一书当中，你将会发现这种复杂性对于丧失利润和增长的机会来说具有多么大的影响。在这本由迈克尔·乔治和斯蒂芬·威尔逊合著的开创性著作当中，你将学到量化商业活动中复杂性成本的工具以及该如何制定达到产品、服务和商业运作中*复杂性水平的战略方案。

《突破增长极限》一书立足商界现实，它从战略和战术的角度提供了许多实际操作中的建议和指南。该书通过戴尔电脑公司、第一资本金融公司、西南航空公司、沃尔玛超市集团、丰田汽车公司、斯堪尼亚公司、洛克希德·马丁公司、阿迪超市集团以及其他公司是如何通过驾驭复杂性从而成为业界领袖的引人入胜且发人深省的案例向读者展示了：

如何从战略的角度确定商业活动中提供的产品和运作流程中的复杂性；

如何量化复杂性的影响；

如何确定哪些复杂性可以推动增长从而需要保持，而哪些复杂性会阻碍增长从而是需

要排除以降低成本；

在你的商业活动当中，有时复杂性显得很多，它会侵蚀你的利润，妨碍生产率的提高、迷惑顾客的选择并增加许多不可回收的成本，而这些都将让你在商场之中处于不利地位。但这只是问题的一个方面：有时代会因为在产品、服务以及其他提供给顾客的选择当中复杂性过少而处于劣势。顾客把这种具有附加值的复杂性叫做“多样性”、“选择”或者“定制化”。在《突破增长极限》一书当中，你将会发现这种复杂性对于丧失利润和增长的机会来说具有多么大的影响。在这本由迈克尔·乔治和斯蒂芬·威尔逊合著的开创性著作当中，你将学到量化商业活动中复杂性成本的工具以及该如何制定达到产品、服务和商业运作中*复杂性水平的战略方案。《突破增长极限》一书立足商界现实，它从战略和战术的角度提供了许多实际操作中的建议和指南。该书通过戴尔电脑公司、第一资本金融公司、西南航空公司、沃尔玛超市集团、丰田汽车公司、斯堪尼亚公司、洛克希德·马丁公司、阿迪超市集团以及其他公司是如何过通过驾驭复杂性从而成为业界领袖的引人入胜且发人深省的案例向读者展示了：

如何从战略的角度确定商业活动中提供的产品和运作流程中的复杂性；

如何量化复杂性的影响；如何确定哪些复杂性可以推动增长从而需要保持，而哪些复杂性会阻碍增长从而是需要排除以降低成本；

如何选择并实行某些特殊的操作方法来排除不同种类的复杂性；

为了使生产和利润*化，该如何保持*的复杂性平衡环境；不要让复杂性成为限制利润和增长的瓶颈。阅读该书并付诸实践，从而更有效地服务于你的顾客、增强竞争力并满足股东的需要吧！

[显示全部信息](#)

作者简介

迈克尔·L·乔治，乔治咨询集团的董事长兼CEO，他与世界各国大公司的CEO和经理都有着良好的工作关系。他的主要研究重点是，通过主动采取六西格玛法，精益制造法以及减少复杂性来创造股东价值，主要著作有《精益六西格玛》和《精益六西格玛改进服务》的作者。乔治先生于1964年

目录

前言

第一部分 复杂性：利润和增长的无声杀手

第一章 驾驭复杂性：不得不信服的案例

第二章 让无声杀手现身：复杂性是如何消耗（消耗多少）商业中的时间和资源的

第三章 复杂性是如何减缓关键信息流的

第四章 驾驭复杂性会如何推动股东价值

第五章 作为一种战略武器的复杂性

第二部分 复杂性分析：量化并对复杂性机会区分优先次序

对复杂性分析的概述

第六章 确定具有战略价值的复杂性目标（复杂性分析的第一阶段）

第七章 描绘并量化复杂性的影响（复杂性分析的第二阶段）

第八章 构建复杂性价值议事日程（复杂性分析的第三阶段）

第三部分 执行复杂性议事日程

第九章 简化产品和服务环节，追求经济利润中的最大财富增长

第十章 发现顾客所看重的复杂性

第十一章 避免高成本，运用复杂性简化产品设计

第十二章 实现服务流程的简化：用精益法、六西格玛和复杂性工具优化工作流程

第十三章 利用信息技术以较低成本提供复杂性

第四部分 驾驭复杂性后的高投资回报率

第十四章 创造驾驭复杂性的文化

第十五章 驾驭产品和服务价值链中的复杂性

第十五章 在兼并和收购中运用复杂性原理

附录 复杂性方程

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)