

ВЫБОР РЕДАКЦИИ



Авторы: Майкл Мэлоун, Салим Исмаил, Юри ван Геест.
Взрывной рост. Почему экспоненциальные организации в десятки раз продуктивнее вашей (и что с этим делать).
 Альпина Паблишер, 2019

Мир вступил в эпоху больших скоростей: высокотехнологичным компаниям хватает всего нескольких лет, чтобы начать зарабатывать миллиарды. Соответственно, сегодня только экспоненциальные организации имеют шанс выжить на рынке. Разбирая кейсы успешных компаний, анализируя опыт бизнеса, который вписался в новые условия, авторы дают рекомендации, как адаптировать к переменам существующие организации или создать новую компанию и управлять ей. Любая компания – от стартапа до огромной корпорации – может научиться использовать новые подходы и технологии, чтобы добиться экспоненциального роста. Эта книга – что-то вроде «пособия по выживанию» для топ-менеджеров и руководителей. Она хорошо структурирована, дает практические рекомендации по построению экспоненциальных компаний. Все это позволяет читателю вникнуть в стратегию успешного бизнеса и его организационную культуру и понять, как использовать силу современных трендов, чтобы вырваться вперед.



Авторы: Сангит Пол Чаудари, Маршалл ван Альстайн, Джеффри Паркер.
Революция платформ. Как сетевые рынки меняют экономику – и как заставить их работать на вас.
 Манн, Иванов и Фербер, 2017

Современная экономика – это экономика платформ. Uber, Airbnb, Amazon, Apple, PayPal. Они выиграли за счет того, что разрушили обычный порядок вещей и выстроили собственные платформы. Как устроен платформенный бизнес? Именно на этот вопрос и отвечают три ведущих эксперта. Они анализируют, как устроены успешные компании, работающие по платформенной модели, и за счет чего они развивают свой бизнес. Книга дает рекомендации, как выстроить свою экосистему и как ей управлять, соединяя покупателей и производителей (главное – придать платформе ценность, а эта работа тесно связана с символами и эмоциями людей, которым нужно пространство для сотрудничества и сотворчества). Авторы не обходят стороной важный вопрос: как традиционные компании могут адаптироваться к изменяющемуся рынку? И, наконец, анализируют, какие рынки наиболее перспективны для платформенной модели (шансы есть у многих отраслей, начиная от здравоохранения, связи и транспорта до СМИ, туризма и энергетики).



Автор: Роб Фитцпатрик.
Спроси маму. Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут?
 Альпина Паблишер, 2019

Главное для любого предпринимателя – «выйти из офиса», чтобы понять, что на самом деле нужно клиентам. Однако этот «выход» будет продуктивным только в том случае, если вы научитесь задавать правильные вопросы. Большинство предпринимателей спрашивают неправильно: «Нравится ли вам наша идея или продукт?» Роб Фитцпатрик считает, что это все равно что спрашивать маму, по душе ли ей ваша идея, – на самом деле она так любит вас, что в любом случае похвалит. Но потребитель не мама. И автор написал неплохой учебник, который может помочь довести любой новый продукт или услугу до ума. Книга написана легко и понятно, в ней детально излагаются основные принципы и трудности такого, казалось бы, простого дела, как интервью потенциальных клиентов. Автор подсказывает, в каком направлении следует развивать беседу, какие уточняющие вопросы ставить, как избегать социально желаемых ответов, как понять, что в продукте хорошо или плохо, нужен ли он рынку, как его правильно позиционировать – и все это со множеством реальных примеров.