

УДК 65.011
ББК 65.290-2
Ш49

Переводчик А. Олейник

Редактор О. Улантимова

Шерман Л.

Ш49 Пока псы лают, коты побеждают: Менеджмент без догм / Леонард Шерман; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2020. — 400 с.

ISBN 978-5-9614-3094-3

Лидеры бизнеса привыкли к жесткой конкуренции. Без борьбы за качество, за более низкую цену, за лучший функционал устойчивого прибыльного роста не достичь. В результате бизнес превращается в бесконечный бой, напоминающий схватку голодных псов.

Леонард Шерман анализирует подходы всемирно известных классиков менеджмента — Майкла Портера, Брюса Хендерсона, Клейтона Кристенсена — и приходит к выводу, что уже описанные методы и инструменты управления зачастую не помогают компаниям выбраться из кризиса или добиться лидерства. Ведь конкуренты вооружены тем же оружием. Автор предлагает выбрать другую стратегию. Когда все кругом дерутся, как псы, стоит попробовать применить «кошачий» подход и добиться своего иным способом.

На примерах создания великих продуктов последних лет Шерман учит обходить подводные камни прямой конкурентной борьбы — быть хитрее и креативнее, избегать «собачьих боев» и прибегать к кошачьей стратегии, нарушая общепринятые правила классического менеджмента.

УДК 65.011
ББК 65.290-2

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru.

© 2017 Columbia University Press

© Издание на русском языке,
перевод, оформление.

ООО «Альпина Паблишер», 2020

ISBN 978-5-9614-3094-3 (рус.)
ISBN 978-0231174824 (англ.)

Содержание

Предисловие	7
Глава 1. Происхождение современных стратегических идей в бизнесе	13
Глава 2. Плохих отраслей не существует	48
Глава 3. Зачем мы занимаемся бизнесом?	76
Глава 4. В поисках святого Грааля (долгосрочного прибыльного роста)	103
Глава 5. Знаете ли вы, в чем состоит ваша стратегия?	132
Глава 6. Как сформировать правильную стратегию	157
Глава 7. Как создаются сильные бренды	180
Глава 8. Бренды: составляющие успеха. Убийцы брендов	199
Глава 9. Что такое значимая продуктовая дифференциация?	233
Глава 10. Откуда берутся выдающиеся идеи?	260
Глава 11. Стратегии, позволяющие «оторваться от стаи»	294
Глава 12. Попастъ точно в цель	348
Примечания	367