

MBA管理辅导：战略要舍得，有舍才有得MBA考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/530/2021\\_2022\\_MBA\\_E7\\_AE\\_A1\\_E7\\_90\\_86\\_E8\\_c70\\_530498.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/530/2021_2022_MBA_E7_AE_A1_E7_90_86_E8_c70_530498.htm) 企业都热衷于制订战略。

但是,怎样才能将战略执行好呢?戴维梅斯特先生(Mr. David Maister)曾经是哈佛商学院的一位教授。1985年,他自己建立了一家管理咨询公司,向世界各地的企业提供咨询服务。他根据自己的观察,在他的文章里提出来这个“战略要舍得”的观点。梅斯特先生在和一家服务企业的管理层讨论该企业的战略时,有人提出:“我们一直在强调我们的战略是向客户提供高附加值的服务,但我们有很多客户只需要简单快捷的服务,我们如何对待这些客户?”梅斯特先生回答:“这说明这些不是符合你的战略的客户。你们公司未来的组织架构和运营流程都将是适合提供高附加值服务的。这些需要简单快捷服务的客户不是你们的目标客户。”“我们不能同时服务好两类不同的客户吗?”“首先,没有企业能够同时低成本高质量地做好所有的事情.其次,努力服务不同类型的客户可能会让你的品牌形象模糊不清,从而使你在市场上的竞争力下降。”大家都沉默了。突然,有人大声问道:“那我们就眼睁睁地把可以到手的利润推开?”是的,就是这样,就好像麦当劳选择了“不做法式大餐”这一战略一样。任何一家公司,只有专注于某件事情并把它做到最好,才能取得成功。制订战略,就是为了让公司想清楚自己要专注于哪一件事情,更重要的是,在无数的诱惑面前,想清楚自己不擅长什么所以不做什么。百考试题编辑整理

100Test 下载频道开通,各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)