

<<有效制订年度经营计划>>

图书基本信息

书名：<<有效制订年度经营计划>>

13位ISBN编号：9787111293798

10位ISBN编号：7111293797

出版时间：2010-1

出版时间：机械工业出版社

作者：王磊

页数：198

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：<http://www.tushu007.com>

<<有效制订年度经营计划>>

前言

2007年6月，我走了一段从云南迪庆到德钦的茶马古道。

那里，雄奇壮美的梅里雪山，挺拔屹立，英姿勃发；那里，波涛汹涌的金沙江水，倾巢而出，一泻千里；那里，徜徉在险山恶水的马帮，歌声清脆，铃声悠扬；那里，为信仰匍匐前行的朝圣者，眼神是那样虔诚和坚定……我曾经从事过技术、品质、ISO体系、IT开发和组织管理，现在又在从事营销管理。

过去，我曾一度迷惑于纷繁复杂的管理领域：计划满天飞、执行不到位、目标形同虚设、信息总是孤岛、人、财、物资源相互争夺、绩效考核的抵触等，我一直都想改变这种现状，却总做不好。

2007年7月，我有幸聆听了王磊的《有效制订年度经营计划》课程，从此便开始接触王磊老师庞大的管理思想体系。

“有效制订年度经营计划”是王磊老师的管理理论在企业经营管理中的又一次成功实践。

王磊老师年度经营计划的核心在于对年度工作的各项内容进行轻重缓急的安排，并且提出了人、财、物、资源的合理分配必须忠于营销价值链的科学思想。

<<有效制订年度经营计划>>

内容概要

这是一本实用的工具书，阐述了一个全面、系统的年度经营计划制订的过程，以及企业如何利用年度经营计划实现自己的战略规划。

作者按时间排期的方式，分八个步骤，详细阐述年度经营计划的制订过程，以及各个流程的关键控制点。

通过大量丰富实用的表格、工具、模板、模型详细地展示了企业如何围绕市场需求制订可执行的年度经营计划。

此外，还对年度经营计划产生流程中容易出现的问题作了进一步的解析，这些问题是在作者多年从事的管理咨询活动中经常被企业提及的，突出了实用性与权威性。

本书的最大特色是为企业提供了一套通用的制订年度经营计划的模板，能够有效地指导企业管理由经验型向科学型转变。

<<有效制订年度经营计划>>

作者简介

王磊·中国量化管理创始人，组织进化专家·夸克(中国)企业顾问公司董事长·CCTV评选“十大营销专家”·现任清华大学、复旦大学、北京大学、香港中文大学、上海交通大学MBA及总裁班教授个人简介1967年生于北京，1991年清华大学生物科学与技术系毕业，同年取得计算机双学位，后获得香港中文大学MBA硕士学位。

1991年至1996年服务于P&G美国宝洁公司，历任市场研究部，产品发展部高级经理，参与了飘柔、玉兰油、舒肤佳、汰渍、碧浪等多个品牌的上市、研究及发展工作，具有丰富的品牌规划、新产品上市管理经验。

1996年创建夸克(中国)企业顾问公司，为国内上百家大中型企业担任管理及营销顾问工作，期间创造性地将中西方管理思想有机结合，以系统量化的思想，整合哲学、心理学、系统工程学理论，创立了量化管理的思想体系。

管理专长战略规划·组织架构优化、组织十大契约模式建立、营销量化、品类规划，品牌建设、人力资源量化、消费者研究、新产品组织管理、销售渠道建设顾问经历·中国石化长城润滑油公司战略规划与组织架构规划·中粮集团长城葡萄酒新产品上市与产品定位·江中健胃消食片/亮嗓/草珊瑚品牌营销量化管理及广告量化管理·三九胃泰/999皮炎平/999感冒灵品牌规划及品牌营销量化管理·亚华乳业倍慧/倍益奶粉新产品上市组织与规划·真功夫品牌发展战略规划与新产品开发·星期六鞋业品牌量化管理系统导入·河南省移动大客户需求研究、流程优化·怡宝人力资源量化管理·联想广东区域媒介量化管理

<<有效制订年度经营计划>>

书籍目录

序一 序二 前言 第一章 从今年起——告别“忙穷”的日子 第一节 分蛋糕与做蛋糕 第二节 构成年度经营计划的基本单位 第二章 1月1日——计划从战略开始 第一节 远景——战略规划——年度经营计划 第二节 利用OGSM模型描述战略规划 第三章 9月15日——生成年度经营目标 第一节 ADP营销模型 第二节 年度品牌跟踪研究 第三节 确定年度经营目标 第四章 10月20日——生成市场策略 第一节 营销价值链 第二节 基于A值（态度）的策略研究 第三节 基于D值（渠道）的策略研究 第四节 基于P值（性价比）的策略研究 第五章 11月1日——前端部门立项 第一节 市场部常见项目组合 第二节 销售部常见项目组合 第三节 研发部常见项目组合 第六章 11月15日——后端部门立项 第一节 生产部常见项目组合 第二节 人力资源部常见项目组合 第三节 行政部常见项目组合 第四节 财务部常见项目组合 第七章 11月25日——项目资源预算与项目排期 第一节 重点项目预算与调控 第二节 财务资源配比及项目CPS表模板 第八章 12月20日——监控执行计划与风险控制 第一节 有效控制执行进度 第二节 有效控制执行风险 第三节 相关外部辅助工具 第九章 全年——组织类计划 第一节 全面项目化与职业素养量化 第二节 建立十大契约体系 第三节 组织进化的三个阶段 第十章 终章 困扰企业的常见问题解决方案

<<有效制订年度经营计划>>

章节摘录

插图：一个公司可以没有战略，可以没有组织建设的工作，但它每年都必须要做一件重要的工作——制订年度经营计划。

当一个公司只有几个人，规模很小的时候，或许用不上年度计划，因为领导者和管理者可以随机决定每天该做什么。

可当组织规模逐步变大，变成几十人、几百人时，再由管理者向每位员工发送行为指令就变得很困难了，因为管理者很难告诉每位员工每一天、每个月该做些什么。

随着组织的发展，公司的部门也在增多，会由原来的一个部门逐步变成七八个、甚至更多的部门。

这时候，各个部门之间的工作更需要良好地协调与配合，否则就会出现问題。

比如说销售部制订了一个改良产品外包装的计划，认为成功实施后能有效地缩短与竞争对手的产品包装差距，并能提高至少10%的销售額。

当销售部欢天喜地地把这个项目传递给生产部的时候，却遭到了生产部的拒绝。

生产部门反馈回来的信息表明，为了节约成本，生产部采用统一采购的方式准备产品外包装材料，现在已经把一年的材料统一采购入库，如果这时候改变外包装形象，无异于将已经准备好的大部分包装材料统统作废，从而会造成成本上升，尽管销售額有可能上升，但总利润可能会下降。

表面看上去，这是企业部门间沟通没有处理好的案例，可实际问题却是年度经营计划出现了问題。

如果在每年年初的时候，各个部门都能将自己的主要工作计划好，销售部提出在六月更换新包装的计划，生产部自然就只能采购半年的包装材料，部门之间的工作就会无缝链接起来，形成协调的组织秩序。

因此，制订合理的年度经营计划，是任何组织、任何企业都必须完成的工作。

年度经营计划是一项最重要的、解决企业经营问题的基本功。

这个基本功要是掌握不好，企业就很难长治久安，常会出现内忧外患的局面。

<<有效制订年度经营计划>>

媒体关注与评论

在企业内部建立“以客户需求为导向”的营销价值链，“客户”不仅仅指消费者，企业内务部门也是互为“客户”，各部门的使命就是满足“客户部门”提出的需求。

王磊先生这一思想的提出，是有效制订年度经营计划的重要思想保障。

从江中近几年的实践来看，我们最大的收获不仅仅是制订年度经营计划的方法，更重要的是建立了“以客户需求为导向”的营销价值链！——江中药业股份有限公司常务副总 郭勇 一个产品的成功除了要有正确的策略外，最重要的就是有效的执行与管理。

就像做房子前要先规划好设计图、排好工期、做好预算一样，年度经营计划就好比一个产品每年度的推广设计图，规划好了重要的节点与步骤，能确保每年的工作有计划、有步骤地推进和管理。

江中这些年的快速发展，除了正确的策略外，有效的年度经营计划管理也是江中成功的重要原因之一。

王磊老师的量化管理思想不仅是一个管理工具，更是一种系统性思考问题的方法。

——江中保健食品销售总监/市场总监 黄雷声 《有效制订年度经营计划》的理念和方法在很大程度上秉承了中医“系统思考、辨证施治”的内功心法，同时又贯穿着国际公司一系列先进的管理工具，从企业运营理念、方法到管理工具各个环节给予国内企业很大帮助。

——汇仁集团市场部总监 李志华 中国企业在激烈的市场竞争中，正面临着如何将经营思想、营销、组织、行动系统化变革的问题。

企业如何完成从过去“单点成功”到“系统成长”的转化？王磊老师的“制订年度经营计划”体系无疑给中国企业提供了极好的模板。

不但教会了我们如何健康有序地部署年度工作，还提供了理论基础、工作原理、工作流程及实用工具，让我们的企业不再为如何制订“行之有效的年度经营计划”而苦恼。

——厦门安妮股份有限公司集团培训部高级经理 石丽玉

<<有效制订年度经营计划>>

编辑推荐

《有效制订年度经营计划》：随书超值附赠王磊老师精彩培训光盘及实用工具模板有效制订年度经营计划是企业从经验型组织到科学型组织转变的里程碑

<<有效制订年度经营计划>>

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:<http://www.tushu007.com>