

<<马可波罗的故事与哲理>>

图书基本信息

书名：<<马可波罗的故事与哲理>>

13位ISBN编号：9787506481410

10位ISBN编号：7506481413

出版时间：2012-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：《中外管理》杂志

页数：296

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>

<<马可波罗的故事与哲理>>

前言

编者序 工业产品与传统文化结合的典范 《中外管理》杂志社总编 杨沛霖 2008年, 我应集团董事长黄建平之邀第一次来到东莞马可波罗。

没想到, 一次寻常的企业访问, 却成为我少有的一次艺术享受之旅。

黄建平筹建的“中国建筑陶瓷博物馆”, 其间一砖一瓦都是中国历史文化的结晶, 尤其是毛绒地毯一样的地砖, 以及真假难分的陶瓷古画……一个绚丽的陶瓷世界展现在眼前。看到这一切, 谁又能想到这曾经是一家濒临倒闭的集体企业。

如今, 马可波罗不仅在国内建立了1800多家专卖店及80多家旗舰店, 而且还拥有工装、家装、超市和电子商务等立体营销网络, 产品远销东南亚、欧美等国家和地区, 建有海外标准形象专卖店二十家, 开创了国内自主品牌国际化的先河。

想必大家一定想知道, 从濒临倒闭到荣获“中国驰名商标”实现行业品牌荣誉大满贯的知名品牌, 马可波罗陶瓷有限公司是如何创造中国建筑陶瓷“马可波罗神话”的, 在马可波罗的管理实践中, 有哪些经验、教训和启示?

具体说来, 马可波罗能最终从行业中脱颖而出, 原因如下: 第一, 独到的经营理念, 实现了产品与传统文化的结合。

从一开始就采用“马可波罗”这个意大利旅行家的名字作为品牌名, 即确立了传承中西方文化的品牌定位。

第二, 实现品牌传递的事半功倍。

“厂商一体化, 商商一体化”的经营理念不仅实现马可波罗与战略伙伴们的合作共赢, 更建立双方同舟共济的超强信任感和高忠诚度。

第三, 不断创新的产品意识。

马可波罗拥有380多项国家专利, 3000多款花色品种, 其经典代表产品仿古砖1295系列畅销市场十余年, 2007年上市的自主原创设计中国印象系列融合现代建筑陶瓷和“刀笔艺术”之精华, 将中国传统文化之精髓再现在瓷砖上, 引导设计之风回归东方古韵, 受到国内外消费者和专家的广泛关注。

第四, 不断创新的管理体制。

企业推行“标准化精益生产管理”和“目标责任绩效管理”模式, 先后获得“金凤凰营销奖”、“首届营销金鼎奖”、“中国人力资源管理大奖赛成果银奖”, “2009年度中国企业管理特殊贡献奖”等荣誉。

第五, 不断创新的文化建设。

马可波罗建有行业首家建陶博物馆中国建筑陶瓷博物馆, 该博物馆每年接待100万余人次参观者, 多次组织青少年陶艺大赛, 为传承中华民族悠久建筑陶瓷历史文化作出贡献同时, 马可波罗研发人员从中汲取产品创新的灵感, 赋予现代建筑瓷砖的文化内涵, “马可波罗瓷砖”开创文化营销新局面!

把工业产品与中国传统文化艺术的结合, 黄建平堪称中国第一人。

马可波罗除去上述五点外, 还在于党建工作, 用党的思想理论构建企业文化核心价值观。

2009年9月, 全国首家非公企业党建博物馆落户马可波罗。

与此同时, 马可波罗通过“导购精英训练营”、“总裁培训班”等一系列活动把建陶文化和家居文化传送到全国各地经销商, 实现厂商一体共建文化品牌。

我国经济界、企业界的前辈、主持我国《企业法》的起草人、德高望重的前经委主任、中国企业家协会首任会长袁宝华同志, 曾多次对我们《中外管理》杂志说: “什么是我国经济发展的大事?”

那就是把一家一户成功企业的经验介绍给大家, 成为全国企业的财富。

“把马可波罗一家企业的上述经验变成整个社会的财富, 正是本书的宗旨。”

本书采用一个故事, 一个理念, 一个插图的三结合的喜闻乐见通俗易懂的方式。

本书精选出的管理故事, 都是发生在马可波罗的真人真事。

<<马可波罗的故事与哲理>>

从向员工借钱渡难关到用三流设备生产出一流产品，从全国第一家建材产品专卖店马可波罗瓷砖专卖店，到3000平方米马可波罗至尊殿引领行业走进“大终端时代”，进而发展到武汉上万平方米航母旗舰店；自22.8万天价独家买下《瀚海行》照片作为马可波罗形象画，到打击仿冒之风的“砸砖行动”；大力弘扬民族文化，国字号博物馆顺利落户、“中国印象”高调面世；入选奥运工程服务奥运，冠名CBA东莞马可波罗篮球队，支援汶川，协办“中美男篮赈灾义赛”……本书从七个方面系统、全面地总结了马可波罗成功的管理经验和理念。

无论是它的创新思维、文化营销，还是工作作风和管理方法，您都可从这些故事和哲理中找到答案并受到启示。

如果您的企业是制造业企业，那么本书对您来说是一本很有实用价值的好书。

如果您的企业是服务业或其他非制造行业，我相信，您读后也一定获益匪浅。

因为，管理是相通的；理念是相通的；哲理是相通的。

<<马可波罗的故事与哲理>>

内容概要

《马可波罗的故事与哲理》采用一个故事，一个理念，一个插图三结合这种喜闻乐见、通俗易懂的方式，从七个方面系统、全面地总结了马可波罗成功的管理经验和理念。无论是马可波罗的创新思维、文化营销，还是工作作风和管理方法，您都可从这些故事和哲理中找到答案并受到启示。

<<马可波罗的故事与哲理>>

作者简介

《中外管理》杂志，2009年1月出版的同一系列图书《净雅的管理故事与哲理》一书一经上市，立即取得畅销业绩

<<马可波罗的故事与哲理>>

书籍目录

第一章 为实为适，唯新唯美

企业文化的根源

三流设备与一流产品

人才，企业制胜的秘密武器

满载希望的中巴车

经营企业与经营人心

每杯一万

成功属于不向困难低头的人

向员工借钱渡难关

精神力量是不可战胜的

人人者Bi#普通话

文化建设贵在减少冲突

陈列室里的摩托车

办法总比困难多

像稻盛和夫那样思考，像韦尔奇那样做事

博采众家之长，为我变革

一次“愚蠢的行动”

创造没有竞争的竞争

商道如水

文化不强就没有话语权

洗却傲慢之心

狂妄是企业成长的绊脚石

没有十全十美的产品

沟通和服务让产品更有生命力

淡季营销，“市”在人为

一流的营销创造机会

一场声势浩大的销毁行动

不给仿冒者可乘之机

出人意料的庆功会

品牌必须建立在文化的基础上

成立纪检监察部

要激励更要约束

挑剔的西班牙客户

客户服务，心态大于能力

把产品卖得比竞争对手贵

在务实中求高远

改造温塘瓷砖厂

过程比结果更重要

感恩的心

没有一种给予是理所当然的

2元钱的凝聚力

尊重人性，关爱员工

一项不可能完成的任务

员工的责任心是企业发展的源泉

从主管到放砖工

<<马可波罗的故事与哲理>>

轻松面对降职“难”题
新员工的处罚决定
包容有时也是一种激励
“发脾气是管理上的失败”
尊重人是一种美德
“保先”活动的巨大力量
党建工作也是生产力

第二章 “人人是人才”的哲学

人人都希望得到别人的尊重
传奇谢悦增
个人成长与企业发展的双赢
严于律己的邓建华
态度、能力一个都不能少
新“三顾茅庐”
重视人才是企业发展的源泉
一年十次调岗的谢悦增
珍惜干事业的新机遇
兄长般的带头人
领导的最大作用就是帮助下属解决问题
从基层员工到研发总监
集合众智，无往不利
价值千万的建议
让合理化建议成为企业发展的推进器

.....

第三章 “小市场，大份额”的智慧
第四章 精心制造，引领时尚
第五章 放弃品牌就是放弃未来
第六章 “第一批更好还要好”的创新理念
第七章 你先赢，我后赢的经销商策略
后记

<<马可波罗的故事与哲理>>

章节摘录

在黄建平办公室，所有的电器产品都是海尔的，为什么呢？也许你会以为是因为海尔产品品质很好吧。其实不然，海尔并不见得所有产品的品质比国内大多数品牌产品更好，黄建平看重的并不是这一点，他讲了这样一个故事。

“有一次我买了一台海尔的换气扇，可是没多久就坏了。产品还在保修期间，我本来想，就是这么个小东西，换一台别的算了，不想拿去修。但后来转念一想，还是看一看他们做的是不是真有说的那么好。于是我给他们打了电话。令我意外的是，没过多久，他们的维修工人就到了，一到就对我的换气扇进行全面细致地检查，其实我也知道，毛病很小。但维修人员足足忙了半天，让你感到自己很受重视，即使你刚才有一点不满意，看到他们这样你就会怒气全消了。他们的这种服务作风给我很大启示”。

……

<<马可波罗的故事与哲理>>

媒体关注与评论

企业家应学会用讲故事的办法向职工传递自己的经营理念，以达到“上下同欲者胜”的目的。

——袁宝华

故事中有理念，理念引导企业发展。

——陈锦华

二十余年的企业管理，让我困惑的是如何解决好企业规模发展带来的企业文化稀释的问题。

《马可波罗的故事与哲理》一书深入浅出地描述了唯美文化在企业经营管理中的一个鲜活案例，是企业文化传承的利器。

——黄建平

《马可波罗的故事与哲理》一书从七个方面系统、全面地总结了

马可波罗成功的管理经验和理念。

无论是它的创新思维、文化营销还是它的工作作风和管理方法，相信读后您都可从这些故事与哲理中找到答案并受到启示。

——杨沛霆

<<马可波罗的故事与哲理>>

编辑推荐

故事、理念和插图三结合，内容非常好读，同时又能给人以启发；特种纸以及特种工艺的使用，装帧形式非常豪华、大气和美观。

<<马可波罗的故事与哲理>>

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>