第一图书网, tushu007.com

<<零度创新>>

图书基本信息

书名：<<零度创新>>

13位ISBN编号：9787509325094

10位ISBN编号：7509325099

出版时间：2011-2

出版时间：中国法制出版社

作者：《经理人》杂志 编

页数：236

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

内容概要

“零度”意喻着一种生存状态。
法国后结构主义领袖人物罗兰·巴特有篇著作，叫《写作的零度》，这个状态能保持最理想的独立性和自由性。
创新的零度哲学，亦是如此，既要独立的自主创造，又要自由地将各种外部精华为我所用，学习模仿借力。
自2009年开始，《经理人》追踪和采访了万科、海尔、中粮、华为、比亚迪、腾讯、开心网、科兴等上百家分布在各个领域、规模不等的中国企业，逐一研究它们在经济发展周期间的创新实践，分析它们在危机前?的业绩表现，最终发现：小型公司因零度创新而获得其他企业由衷的尊敬，迅速做大规模；大公司因为零度创新获得了持久的竞争力，并且建立了新的行业标尺。
因此我们骄傲地说，作为一种可持续的创新哲学与创新方法，零度创新是《经理人》杂志影响中国企业管理实践的一个重磅发现，是中国企业未来持续成长的“金钥匙”！

作者简介

《经理人》杂志以“影响中国管理实践”为使命，针对CEO及准CEO阶层的棘手问题，提供原创商业思想和实效解决方案。
BPA审计《经理人》发行量，居中国商业管理期刊之首。
2005～2006年《经理人》与哈佛商学院合作，出刊《哈佛管理实践》；2007年至今，与纽约时报集团合作出版《天下智库》。
2010年1月获“中国最具企业投放价值期刊”称号，2010年11月获“中国最具价值财经类期刊奖”。
《经理人》还拥有《公司金融》、经理人网、经理人手机报、EDM经理人电子刊、经理人数据库等成熟媒体。

<<零度创新>>

书籍目录

引言 零度创新——引领中国企业创新思路的重磅发现 1.凡墙都是门——认识零度创新 2.从根源上去突破——零度创新的本质 3.打破创新“怪圈”——让自己的产品叫好又叫座 4.寻找企业的未来——零度创新趋势第一章 零度战略创新——谋划企业未来发展新蓝图 1.缓称王——“做局者”‘幔慢掌握话语权 2.温柔地切削大象 3.奉行“老二”战略实现轻盈多元化 4.撬动战略的支点 5.用外部增长刺激企业战略打造“1+1>2”的效果 6.创新不是单个企业的事 7.“两条腿”走路方能越走越稳 8.企业要发展做好加减乘除法 9.当OEM走到尽头的时候 10.把决策力转化为执行力第二章 零度组织创新——企业管理创新的关键 1.组织创新需相机而动 2.打破组织边界使组织内部畅通无阻 3.组织结构创新：“正三角”还是“倒三角” 4.“双线制”组织管理模式更具活力 5.在企业内部产生“合纵连横”效应 6.让?织创新改写生存法则 7.颠覆“科层制”释放人性力量 8.集权与分权的博弈第三章 零度管理思想创新——保证企业走在市场的前沿 1.让听得见炮声的人来决策 2.CEO就该管创新 3.能更好地服务于战略的管理思想才是有用的 4.在金融危机中学会“冬泳” 5.管理思想创新不走寻常路 6.让流程而非领导管理企业 7.最好的管理就是“少管理” 8.科学地“拧毛巾”第四章 零度管理模式创新一助力企业超速发展 1.“人单合一”的管理模式凸显竞争魅力 2.删繁就简管理层级高效化 3.化重为轻——从重模式到轻模式 4.“游戏”人间 5.塑造信息化的全新管理模式 6.创新管理模式提升集团管理价值第五章 零度营销创新——提高企业竞争力最根本、最有效的途径 1.营销“无边界” 2.与客户零距离从创造顾客粘度开始 3.立体营销创造极致客户体验 4.“老乡战略”促营销 5.人都顺水行舟我偏逆向营销 6.新媒体营销创意十足 7.“大篷车”带来的营销创新 8.让更多的女人在网上逛街 9.“水果营销”——像卖水果一样卖鞋 10.不卖产品卖方案第六章 零度品牌形象创新——塑造捍卫企业的守护神 1.慢公司要做快品牌 2.先品牌后市场 3.突破品牌升级转型中的创新困境 4.用?一搭载品牌 5.树立自主品牌方向比距离更重要 6.变“中国制造”为“中国创造”第七章 零度企业文化创新——企业前进的价值指引 1.做最具幸福感的公司 2.不打“出头鸟” 3.做清晰企业胜在明明白白 4.有灵魂的公司才会有光明的未来 5.想创新就要能够容忍失败第八章 零度发展模式创新一为企业持续发展铺平道路 1.不破不立创新就是要突破传统发展模式 2.没有技术成功转型就是句空话 3.“精益模式”永不会过时 4.标准化的成功可以复制 5.讲扩张高速是目标稳健是前提 6.变小碎步为加速跑构建全新利润池 7.不断推陈出新引领行业潮流 8.让创新成为一种习惯 9.创新也要有所节制第九章 零度竞争机制创新一与竞争对手PK的利器 1.健全产业链打造“一条龙”式竞争机制 2.好风凭借力送我上青云 3.主动寻求被兼并 4.用支付创造交易 5.用创新打造企业绿色竞争力 6.招安盗版——零度竞争创新之怪招 7.竞争不是“践踏”对手创新才是王道第十章 零度用人创新一激活企业人才机制 1.“笨”办法亦能招高人 2.选择最合适的人 3.自己动手亮出你的人才“刀锋” 4.选择正确的沟通方式是关键 5.在每一个职位上创造英雄 6.给有能力的人让出位置

编辑推荐

2009年起，以《影响中国管理实践》为使命的《经理人》杂志，为解决这一困扰中国CEO阶层的棘手问题，先后追踪和采访了上百家中国企业，逐一研究它们在经济危机时期的创新实践，分析它们在危机前后的业绩表现，试图找到中国企业未来持续成长的《金钥匙》那些值得推崇和借鉴的创新性管理思想及解决方案。
它既包含自发自我的独立创造，也包括从先行者和行业领袖学习和模仿借力，在这种创新哲学所缔造的企业文化推动下，企业组织能够始终保持强大的创新活力。
《经理人》将这些管理思想和解决方案升华为一种理论《零度创新》。

第一图书网, tushu007.com

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