

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

图书基本信息

书名：<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

13位ISBN编号：9787515403557

10位ISBN编号：7515403551

出版时间：2014-1

出版时间：当代中国出版社

作者：和田浩子

译者：阚舟济

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>

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

内容概要

本书是职业女性的必读之物。

作者曾经是一名刚毕业的大学生，应聘到宝洁做销售人员。

她从一个普通的员工开始做起，踏实的工作方法，现代的工作理念，让她不断成长起来。

从职场新人到营销经理，从营销经理到营销总监，最后成为宝洁首位日本籍副总裁。

在不同的职位上，作者不断地“革新自己”，适应不断变换的职位和市场情况，最终成为总裁级别的领导人员。

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

作者简介

和田浩子（わだ、ひろこ）

1977年进入宝洁Sunhome社（现宝洁日本）。

作为第一个从事管理职位的女性被分配到营销部。

把“护舒宝”打造为日本市场上的顶级品牌，并且推出新产品“潘婷”“维达·沙宣”，着手“帮宝适”的转型，提升宝洁远东公司的业绩。

1995年，晋升为当时的宝洁日本最大的盈利中心——纸制品事业部的总经理。

1998年，成为美国宝洁公司首个日本人副总裁及Corporate New Venture亚洲负责人。

在长达23年宝洁生涯中，总是作为日本人的先锋，活跃于组织和决策机构。

2000年作为首个日本人进入宝洁离职管理者集会Global Leadership Council。

从2001年起，历任Dyson日本分公司董事长、日本玩具反斗城董事长兼首席运营官，2004年入选美国《财富》杂志“除美国外全球最有权势的前50位女实业家”。

2005年创立Office WaDa，2007年入选《每日新闻报》“闪耀的女实业家’07”的10人之一。

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

书籍目录

目录

序言 宝洁的强项是人才培养

从普通员工到总裁的心路历程 / 1

离开宝洁，我感觉仿佛长出翅膀 / 2

宝洁致胜的根本原因是人才培养 / 3

在宝洁获得的技能 / 5

给人惊喜是一种战略 / 6

执行力能让“难事”成真 / 7

领导能力是每个宝洁员工的必备能力 / 8

财务知识是一项基础技能 / 9

培训出公司的优秀员工 / 10

能力和影响力决定团队的战斗能力 / 12

完整而系统的人才培养体系 / 12

拥有宝洁背景的人好比蒲公英的种子 / 14

从来没有叫做“公司”的员工 / 15

第一章 从最基础的岗位扎实做起

入职场前——职场新人 / 17

第一节 初到宝洁 / 18

“自己选择”式家教 / 18

“心照不宣”也因人而异 / 21

从英文报纸上找到的宝洁“招聘秘书”广告 / 22

空前绝后的“品牌专家”头衔 / 24

这不是工作，这只是你工作的准备 / 26

“这么做的目的是什么？”

” / 27

“和田小姐，该你负责茶水了” / 30

第二节 举足轻重的“一页笔记” / 32

将笔记归结进一页纸 / 32

效仿好的笔记 / 34

“像说话一样地写笔记”与“像写笔记一样地说话” / 36

PPT的陷阱 / 37

流于形式的会议记录于事无补 / 38

交流能力即影响力 / 39

最初营业部门不进行培训的理由 / 39

销售就是说服别人 / 41

提升对自身职责的关注 / 43

无怨无悔地做下去 / 44

没有永远存在的家人和老板 / 45

第二章 不断进步的员工才被需要

品牌经理——营销经理 / 47

第一节 自己培养人才 / 48

培养下属 / 48

全员参与人才培养 / 49

值得骄傲的“内部晋升制” / 50

“授人以渔”胜过“授人以鱼” / 51

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

教人育己 / 53
 备受期待的技能 / 54
 员工测评基于“成果”和“能力开发” / 55
 宝洁要退出日本！
 ？
 / 57
 重新审视日本市场 / 58
 与生俱来的使命感 / 59
 我要留下，并为实现理想而努力 / 60
 第二节 做一名优秀的面试官 / 62
 不断进步的员工才被需要 / 62
 招聘中的品质管理探讨 / 63
 50 50的男女比例 / 65
 百闻不如一见 / 65
 面试时访谈技巧的培训 / 67
 面试在美国读MBA的亚洲学生 / 69
 第三节 用项目组建和打造团队 / 69
 新生宝洁的象征——“护舒宝” / 69
 “宝洁英语”的培训 / 71
 结论为先 / 73
 发挥重要作用的Factbook / 73
 超出自身能力的项目 / 74
 利用在职培训掌握的战略思考 / 76
 难于实现的才是好点子 / 77
 培养人才的真谛 / 78
 领导们必须具备的“洞察力” / 80
 一鸣惊人的“护舒宝小姐” / 81
 打造不同的规则，更能接近成功 / 82
 共享愿景笼络人心 / 83
 “护舒宝”人才培训工厂 / 84
 护舒宝学院 / 85
 让美国MBA学生惊异的日本女经理 / 86
 第三章 培育品牌与人才
 向护发产品部门调任——营销总监时代 89
 第一节 带给团队重生的力量 / 90
 迎向新的挑战 / 90
 先有课题，再有组织 / 91
 从负数开始的团队重生 / 92
 “外部导向”与“内部导向” / 94
 不可思议的团队建设游戏 / 94
 要贯彻人事分离的观念 / 95
 对抗全球化（之一）——胜卷 / 96
 对抗全球化（之二）——败卷 / 98
 对抗全球化（之三）——胜卷 / 99
 宛如“顾问”的日本消费者 / 100
 全球化团队体制 / 101
 带领亚洲潘婷品牌团队 / 102

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

第二节 企业经理应该具备的管理理念 / 104
像培育品牌那样培育人才 / 104
谁离消费者最近 / 105
如何理解“上帝” / 106
“奇怪的公司” / 107
“做不了”和“选择不做”要区别看待 / 107
注重分析事情的“再现性” / 108
用“NO”实现头脑风暴 / 109
人气品牌“帮宝适” / 109
“再击球”主义 / 110
管理你的上司 / 111
面对“能干”的上司和“无能”的上司 / 112
成功的团队也需要转变想法 / 113
第四章 只留下人和品牌，随时都能卷土重来
总经理时代——现在 115
第一节 无可替代的“领导能力” / 116
受大地震磨砺的宝洁组织能力 / 116
奇迹似的挽救 / 118
“宝洁只留下人和品牌即可”的真意 / 119
受用一生的“导师制度” / 120
突破“帮宝适”的危机 / 121
重新理解消费者带来的“V字”复苏 / 122
将重大问题拆分后再解决 / 124
能够提高领导水平的3E领导模式 / 125
每次晋升后都要“自我改革” / 128
配合经营战略提高业绩评价标准 / 129
培养领导人才 / 130
培养外国人 / 130
公司的内部顾问 / 131
了解日本的捷径 / 132
第二节 无以复加的“多元化”企业理念 / 132
成为首位日本籍副总裁 / 132
受到最高层的鼓励 / 133
为了更大地发挥女性的优势 / 134
“WSW”所衍生的研讨会 / 137
更高层次的多元化理念 / 137
摒弃女性只担当口译的偏见 / 138
意想不到的多元化的巨大作用 / 139
“容纳异见”是行之有效的想法 / 140
23年的宝洁生活 / 141
“做做看”的精神 / 146
不要拼命地工作，而要聪明地工作 / 147
只要专心做，凡事皆可成 / 149
后记 153

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

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>