

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

图书基本信息

书名：<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

13位ISBN编号：9787544240093

10位ISBN编号：7544240096

出版时间：2008-02

出版时间：南海出版公司

作者：(美)格洛丽亚·J·迈耶, (美)托马斯·迈耶

页数：206

译者：陈系贞

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>

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

内容概要

《为什么小女孩的火柴卖不掉》为什么喜欢新衣服的国王会上骗子的当？

因为他没有谨慎评估信息的可信度。

为什么第三只小猪能够打败大灰狼？

因为他准备了充分又详细的应急方案。

为什么小红帽没有认出冒牌的“奶奶”？

因为她缺乏相关业务经验，所以才上了当…… 原来童话中包含了这么多管理知识！

《为什么小女孩的火柴卖不掉》借27个脍炙人口的经典童话，提炼出27个管理学的基本法则，并结合真实的商业案例，教会你实用的管理技巧与策略。

有趣、易懂、实用——除了对着神灯许愿，你再也找不到更好的管理入门书！

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

作者简介

作者：(美国)格洛丽亚·J·迈耶 (美国)托马斯·迈耶 译者：陈系贞格洛丽亚·J·迈耶是美国著名的企业顾问和培训专家，现任美国卫生保健促进协会会长。

她还是一位深受读者好评的作家，作品包括《给工作妈妈的2001个小建议》以及其他很多医疗保险专业书。

托马斯·迈耶是美国著名的企业顾问，现任美国卫生保健促进协会的教育主管，美国战略健康管理公司首席执行官。

格洛丽亚和托马斯经常为许多公司提供咨询服务，进行演讲，帮助企业解决各类管理问题，受到极大欢迎。

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

书籍目录

写在童话之前 龟兔赛跑——企业要成功须专注 聚焦杰克与魔豆——跳出框架的创新思维 小红帽——经验不足容易吃亏 三只小猪——作好应急计划带来最好的结果 国王的新衣——谨慎评估信息来源 纺金的侏儒——业绩目标应切合实际 卖火柴的小女孩——不当的运营计划导致失败 糖果屋历险记——太好的事情通常不是真的 十二个跳舞的公主——灵活运用科技成果 睡美人——接受批评会使计划更为完善 丑小鸭——培育员工的天赋技能 三只熊——谈判策略须小心执行 穿靴子的猫——掌控局面的重要性 坚定的锡兵——欠缺预先应对能力无法成功 狼来了——不要浪费人脉 资本杞人忧天的小鸡——以正确沟通控制谣言 豌豆公主——验证证件不可忽视 灰姑娘——为优异者提供成功的机会 吹笛人——顾问事宜须谨慎处理 精灵与鞋匠——高品质将获得回报 美女与野兽——任何承诺都应兑现 老妇人与猪——量身打造高效团队 不来梅音乐家——成功的团队使效益加倍 白雪公主与七个小矮人——经营效率来自不断学习 三只山羊——贪婪会妨碍判断 下金蛋的鹅——应重视生产工具 铁钉汤——审时度势选用正确方式 童话故事来源

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

章节摘录

龟兔赛跑——企业要成功须专注聚焦童话新编兔子做生意速度之快在森林里无人不知。他利用各种最新科技承包了一系列和巢穴相关的工作，包括钻洞、筑坝和孵蛋等。兔子拥有手机、笔记本电脑、BB机、最新的多功能传真机、扫描仪、复印机和胡萝卜研磨器。兔子总是很忙碌，老是跑来跑去，而且不断作出承诺，但他似乎没办法专心做一件事，无法兑现他的承诺。

相反，乌龟看起来很慢。她做生意的方法很传统——专注于目标，辛勤地工作。她没有什么高科技工具，但客户的来电她都能及时回复，每接下一件工作都能很好完成。事实上，乌龟是森林里唯一会对没把握的工作说“不”的动物。这个夏天，兔子和乌龟同时决定要竞选森林的统治者，他们成了激烈的竞争对手。当然，兔子的竞选活动非常时髦，动用了各种高科技工具，但手段有些不正当，他不断以乌龟的速度太慢和做事方法落伍来打击她。乌龟完全不理睬兔子的攻击，只在竞选演讲里强调专注、稳健和凡事三思而后行，虽然她说话的速度有点慢。投票日期越来越近，两位候选人决定举行一次公开赛跑，来证明谁更有效率、更能干。乌龟的助手试图说服她改变心意，但她肯定地回答道：“别担心，我很了解兔子，我赢定了。”

比赛那天，森林里所有的动物都来了。兔子穿了最好的耐克跑鞋和昂贵的运动服，还带了他的BB机、手机、笔记本电脑和便携式传真机，以及一台兔用随身听，里面放了张叫做《保证快速》的CD。乌龟除了平常穿的龟壳装外，没有什么特别的装备。两位参赛者握手致意后，各自走到起跑线准备。猫头鹰负责倒数记秒：“好，预备……开始！”

两位参赛者开跑。兔子一开始遥遥领先，可是当他跑到一半时，BB机响了。由于他领先乌龟太多，于是决定拿出手机回复电话。但跑道两则树木太多，挡住了信号，于是他跳到空旷的地方打。一到了空旷的地方，他马上接到一个来电。他先说完这个电话，然后回复刚才的BB机留言，接着他决定上网收电子邮件，然后又收了好几份传真，回了好几个电话。很快，他已经忙得完全忘记自己正在和乌龟赛跑。与此同时，乌龟很专注地爬啊爬，投入全部的力气朝终点爬去。她专心地挪动胖胖的小脚，用最快的速度一步一步向前爬。爬到一半时，乌龟看到站在远处空地上的兔子。兔子背对着她，手机紧贴着长长的兔耳朵，一直在点头。乌龟笑了笑，然后把注意力拉回到比赛上，继续朝终点爬去。一个小时后，兔子打完最后一个电话，很得意又谈成了几笔生意。他“啪”的一声合上笔记本电脑，抬头一看，突然惊觉自己所在的地方，这才意识到自己分心得这么厉害。他一阵慌乱，把所有的通讯工具扔在原地，然后用最快的速度朝终点跑去。就在他到达最后一个弯道时，他看到乌龟已经爬到了终点线，距离他仅10步之遥。备感羞辱的兔子退出了竞选活动。乌龟则当了好几年的森林统治者，后来她还接了一笔顶尖散步鞋制造公司的大买卖，赚了很多钱。基本课题企业要成功，就必须专注聚焦。管理者的应用新公司刚开始运营时，通常会高度专注于某一产品或服务，而且通常遵从公司的经营宗旨。

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

公司要明确自己在业界的位置和未来的发展方向。

新公司带着清楚的目标和愿景，来制造、提供产品或服务。

就像乌龟一样，年轻且专注的公司会辛勤工作，循序渐进地实现目标。

然而，当公司步入成熟期后，原本的专注经营常发展成对外扩张，一般的做法是开始进行多元化经营——这通常是因为公司已积累了大量的盈余资金，可以收购其他公司。

但是这种多元化经营不一定是明智的。

事实上，偏离公司创立时的目标与愿景，结果常招致失败。

举几个例子来说：20世纪80年代，IBM收购了通讯设备生产商罗姆公司，可口可乐收购了哥伦比亚电影公司，柯达公司收购了史得宁制药公司。

但是这3家很有影响力的公司在收购之后，不到6年又全都赔本卖出。

一家已经在市场上成功树立品牌形象的公司，可能会认为可以带着这个品牌进入其他产业，成功完成扩大产品线的工程。

然而，除非新的产业、产品或服务在本质上是适合该公司的，否则扩大产品线的做法可能只是鲁莽决策的证明。

你会因为拥有一双阿迪达斯的跑鞋，而去买阿迪达斯的香水吗？

你会因为买了奥利奥饼干，而去买他们公司的冷冻蔬菜吗？

下面的数据会让你的脑袋清醒点：在美国新上市的大部分商品都是扩大产品线的产物，而两年后这些商品只有10%还在市场上销售。

公司之所以偏离目标，常常是把资金和精力投资在认为（或者说猜想、希望、祈祷）可能会获利的新领域上。

然而，移转精力和资源去经营多元化产品的公司，却常常发现新的产品总是不受欢迎。

同时，由于公司内部不再重视旧有产品，它们创造的利润也会减少。

一则真实的商业童话玛乔丽·斯潘诺和她的女儿苏珊在服装设计领域干了好几年。

她们的梦想是设计和销售自有品牌，希望在全国的高级百货公司和专柜里都能看到自己设计的衣服。

为了实现梦想，她们成立了一家公司，并从创业投资公司那里募集了大笔资金。

她们设计服装所针对的对象是成熟的职业女性，而且是那种有能力花300~500美元来买一件外套，再花150~250美元买一件搭配外套的衬衫的女性白领。

玛乔丽和苏珊对尺寸的设计既聪明又实际。

虽然她们的衣服尺寸只有超小、小、中、大和超大，但是穿10~12号的人可以穿下她们的小号衣服。

斯潘诺品牌很快有了一大批拥护者，忠诚的顾客会耐着性子等待她们的新装上市，她们的衣服一年比一年更受欢迎。

玛乔丽和苏珊决定扩大斯潘诺这个品牌的市场。

她们想，既然高收入的职业女性喜爱斯潘诺套装，那么如果可以用较低价格买到斯潘诺的衣服，中等收入的职业女性也一定会很高兴。

针对这个新市场，她们设计了衬衫加外套150~200美元的套装。

其他新产品还包括提包、珠宝和香水，她们希望公司的营业额和利润能因此而大幅提升。

创业投资公司嗅到了商机，一口答应投资所有的新产品。

但情势急转直下。

在以前，苏珊和玛乔丽可以专注设计自己喜欢的产品，而现在却不得不每周花60~70个小时来经营公司。

很快，她们就发现有太多产品要设计，却来不及在规定时间内完成，而且也无法保证品质，满足那些既有品牌忠诚度又有钱的职业女性顾客的要求。

最后，她们只好请来专业设计师，惆怅万分地离开设计工作，投注全部精力去经营公司。

玛乔丽和苏珊之间第一次出现了意见不合和争执，而且通常只是因为一些微不足道的琐事，母女关系越来越紧张。

扩大经营18个月后，母女俩都害怕去上班，即便在公司里也几乎不交谈。

两年后，斯潘诺公司宣布破产整顿，她们砍掉所有的副产品和次要产品，重新专注于主要产品，也就

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

是成熟职业女性的上班套装。

幸运的是，这家公司决定回头的的时间还不算晚，既保住了公司，也保住了母女之间的亲情。

成功的企业必须向乌龟学习：专注聚焦并且随时留意对手的动向。

事实证明，赢家的策略通常是缓步前进、稳健专注，而不是不惜代价、毫无节制的扩张。

杰克与魔豆——跳出框架的创新思维童话新编杰克是一个弱势儿童，他和他的单亲妈妈过着贫穷的生活。

他们租的房子破烂不堪，已经不符合住宅法的规定；他们唯一的财产就是一头牛。

家里什么吃的都没有了，妈妈决定卖掉这头牛，于是叫杰克把牛牵到市场上卖个好价钱。

通过一笔特别的交易，杰克用牛换来了一把魔豆。

虽然这种以物易物的交易不用纳税，还避免了耗时费工地进行文书工作，但这些都无法打动杰克妈妈的心，她失望极了，把魔豆全部扔到窗外。

第二天，正如约定的那样，魔豆在一夜之间长大，豆茎高耸入云。

杰克顺着豆茎爬上去，踏入了一个以前未被开发的市场，这个市场一直被巨人独占着。

杰克努力工作，赚了不少钱，还了解了当地的经济结构和内部情况，结果得到了一只会下金蛋的母鹅。

巨人提出了异议，争夺母鹅的归属。

当巨人想要占领杰克原有的市场时，杰克砍断了豆茎，从而终止了所有权的争议。

这种解决方法的缺点是，杰克不能再进入那个新开发的市场了。

但这个结果却也使杰克和他的妈妈在很长一段时间内都可以享受到丰厚的年金。

基本课题跳出思维的框架，找出创新的解决方法。

管理者的应用人们常常说“跳出思维的框架”，但事实上很少有管理者会冒险采取非传统的解决方法。

他们就像杰克的妈妈一样，宁愿选择把流动资产换成现金。

这种方法或许能直接解决某些短期问题，但却不是解决任何长期问题的根本方案。

这种暂时解决方法经常得到他人的支持：照别人的希望去做总不会错。

但是，按这类解决方法去做却不太可能为你或你的公司带来重大收获。

当然，不是所有非传统的方法都能得到一只下金蛋的母鹅，或是取得永久年金。

然而，公司必须不断创新，否则很难赶上不断变化的市场环境。

如果你只会原地踏步，你的收获就永远只有一点点。

鼓励和支持非传统的解决方法是成功的基本要素之一。

虽然创新永远是变革的一个部分，但它不一定会带来巨大的风险。

杰克忍着饥饿来换取魔豆，当他爬上豆茎抵达新市场时，他是冒着被力气大、有高度竞争力的巨人压死的风险。

很明显，杰克可能失去的比他可能获得的要多得多。

一般情况下，你和你的公司要承受的风险应该比杰克小。

像杰克这样极端的情况，任何潜在奖励的价值都会比要承受的风险多得多。

然而，还是有可能失败，但失败和成功一样，都应该被接受。

如果你不接受失败，就意味着对自己的下属说，他们试图采用非传统的方法解决问题给他们个人带来的风险，会比公司可能给他们的奖励还要多。

一则真实的商业童话一家房地产公司的董事长面临一个信息交流的大问题。

这家公司有数百名经纪人和40多间经纪人办公室，这些办公室分布在7个办公区里。

公司每天发布的新信息对每位经纪人开展业务都很重要。

这些信息包括利率、抵押贷款、贷方开出的条件、销售会议的内容以及最新的房地产广告，但是许多经纪人都抱怨说，他们无法及时获得最新的信息。

造成信息不畅的原因有很多，例如许多经纪人是兼职工作的，许多人（包括兼职的和全职的）的主要工作场所是在家里。

虽然所有的经纪人都有一些电脑知识，但只有60%的人既有电脑，又会上网。

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

每位经纪人都有语音信箱，但公司却规定只能用于与客户联系。

大部分经纪人都有传真机，但是每天要传真的资料实在太多，使得传真的费用很高，而且速度又慢。这也常常造成传真机占线，不能传送其他重要的文件。

董事长和她的直属行政人员想出了一些解决方案，包括采用电子邮件、自动传真机、网络语音信箱、快递，以及在办公室之间发备忘录等。

虽然董事长很理解经纪人因为无法及时拿到最新的重要信息而感到沮丧，但她也很在意使用多元化系统及时为大家提供信息所要花费的时间、成本和操作的复杂性。

这时有位行政人员提出了看法，他认为管理层真正的职责只是提供可以方便快捷地取得信息的方法，而不是必须把信息传递出去。

他提议设置一条免费专线，所有的经纪人都可以在任何时间拨打这条专线，获得完整的最新信息。两个星期后专线系统启动。

在每个工作日的下午6点，行政人员会整理好当天的新信息，然后把最重要的信息存到专线的语音信箱里，同时再存放并说明一些不那么重要的新信息。

除此之外，通过设定好的自动传真系统，还会把更详尽的文字资料传送到每个办公室的秘书手上。

现在，所有的经纪人都可以在方便的时候，打电话到公司了解每天的新信息。

每个经纪人都有责任打这个电话，并选出对他重要的那条信息，然后第二天向相关的办公室秘书索取更详细的资料。

这个方法花费的成本相当少，行政部门所投入的人力成本也很合理，而且决定谁该主动获取（以及在什么时候获取）哪条信息的责任，也从管理层移转到经纪人自己身上。

公司里的每个人都对这个创新的解决方法感到十分满意。

管理者必须辨别、鼓舞和奖励会得到创新解决方法的非传统做法。

更重要的是，管理者必须接受非传统的做法和决定所带来的结果，就算它并不尽如人意。

只有在管理者还够宽容，能让下属安心行动时，“魔豆效益”才能在这个肥沃的职场土壤里茁壮成长。

如果少了这个要素，想在公司里找到魔豆，可能和想在超市里找到金蛋一样困难。

小红帽——经验不足容易吃亏童话新编小红帽要给她抱病在床的奶奶送去几个贵重的包裹，里面有用谷物、糖和乳制品做成的蛋糕。

奶奶住在森林的另一头。

小红帽从没独自去过奶奶家。

出门前，她满口答应妈妈不会在路上闲逛。

当她进入了森林，走到半路时，一只大灰狼出现了。

大灰狼穿着阿玛尼西装，戴着劳力士手表，快步走到小红帽身后。

“下午好，”它说，“告诉我，孩子，你出门办什么事？”

“小红帽回答：“我要把东西送到森林另一头的奶奶家。

我得赶快，妈妈坚持要我今天来回。

“这样啊，”大灰狼说，“那你妈妈要你做的是标准的送货服务，还是加值的送货服务？”

“小红帽停下脚步，看着大灰狼：“这是什么意思？”

“如果你只需要慢慢走到奶奶家把包裹交给她，然后快快回家，这就是标准服务。

但是，如果你想要为包裹增加点价值，给奶奶留下深刻的印象，你就可以停下来摘几朵花，到奶奶家时一边微笑行礼，一边把花朵和包裹交给她。

当然啦，要是你们家不重视服务品质，你就不需要这么做。

”……

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

媒体关注与评论

这可能是今年唯一一本会让你边读边笑的商业书。

——美国《创业家》杂志 要写出一本诙谐、有趣、易懂，又充满智慧和管理基本法则的书，这可能吗？

格洛丽亚和托马斯做到了这一点。

当你一页一页地读这本书时，你一定会一边笑一边做笔记。

赶快买一本吧……或者干脆再买九本送人！

——诺曼·B.西格班，工商管理学博士，南加州大学商学院名誉教授 强烈推荐，这是第一本让我在读的时候一边大笑一边点头的书。

——沃尔特·J.米克斯三世，常务董事，前加州金融机构委员

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

编辑推荐

《为什么小女孩的火柴卖不掉?》讲述了：为什么小女孩的火柴卖不掉？因为她的销售策略完全错误。

<<为什么小女孩的火柴卖不掉?>>

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>