

<<赢在成长力>>

图书基本信息

书名：<<赢在成长力>>

13位ISBN编号：9787802072558

10位ISBN编号：7802072557

出版时间：2006-3

出版时间：经济管理出版社

作者：薄西迪

页数：239

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>

<<赢在成长力>>

内容概要

进入新世纪以后，许多知名企业面临着一个棘手的问题——如何持续获利成长。

有些行业元老级企业退出了舞台，有些看似不错的企业不得不转手出售，更有甚者，有的企业一夜之间从辉煌的顶峰跌入破产的深渊。

权威资料显示，过去十年来，全球有九成企业都无法持续获利成长。

但是我们从其中也可以得到另一个信息：仍然有那么一成的企业成为常青树，它们总是很好地把握了一次又一次的获利良机，从一个成功走向另一个成功。

看看世界“500强”吧，它们便是持续获利成长的典范。

为什么它们能够做到‘无论世界风云如何变幻，而我的持续获利永远不变’？研究发现，它们之所以能够持续获利成长，一个共同的原因是，有一个卓越的CEO及其领导的优秀团队。

他们理解企业成长的真正含义在于持续获利，他们愿意为企业的获利打好基础，愿意因时而动，因境而变。

他们总能够寻找到适合企业发展的策略，并运用最合适的工具因地制宜地执行这些策略，因此，他们能让企业持续获利、优质成长。

CEO及其团队是一个企业能否优质成长的关键。

如果一家企业想要持续获利成长，其CEO及其团队必须愿意并能够改变自己，改变自身的作用和行为。

CEO及其团队是企业进行持续成长管理的控制性因素。

那么，CEO及其团队如何才能保证企业持续获利、优质成长呢？我们知道，愿景是成就企业持续成长的原动力。

CEO及其团队必须为企业规划一个科学的愿景，才能有的放矢地制定运营策略，寻找获利工具，才能真正地保证企业优质成长。

愿景概括了企业的未来目标、使命及核心价值，是企业哲学中最核心的内容，是企业最终希望实现的图景。

它就像灯塔一样，始终为企业指明前进的方向，指导着企业的经营策略、产品技术、组织体系、企业文化以及执行力等所有方面，是企业的灵魂。

本书指出企业持续成长的方式和贡献不是独立地来自一个层面，而是来自每一基础层面：创新、营销、企业文化及执行力。

全书以简洁有力的经营术语：创新获利、交叉营销、向上营销、跨位营销、市场定位、二八法则、六西格玛、复制业务模式、平衡计分卡、第五级领导、学习型组织等，剖析了企业持续获利、优质成长所应具有的基本功夫。

总之，一个企业要持续成长，就必须有一个卓越的CEO及其带领的优秀团队，在CEO及其团队的带领下，制定并实施适合企业优质成长的策略，运用有效的持续获利工具完美地执行。

本书的目的，就是帮助企业的CEO及其团队，把握企业持续获利、优质成长的关键。

薄西迪

2005年3月

<<赢在成长力>>

书籍目录

第一部分 成长力的重要性 第一章 决定企业基业常青的重要因素 一、企业成长人人有责 二、观念——激发企业创造成长的神经 三、学会运用催化成长新公式 第二章 奠定优质成长的基础 一、争取优质成长的资本 二、管理层必须树立优质成长的决心 三、创造出优质成长的转折点 第三章 持续获利让企业基业常青 一、企业成长就是最赚钱和最会赚钱 二、持续获利，企业高速发展的重要保障 三、相同的市场，不同的命运 四、持续获利，造就卓越企业第二部分 企业优质成长的技能 第四章 获利成长的创新技能 一、模仿创新，屡试不爽的成长技能 二、机制创新，宝贵可靠的成长手段 三、理念创新，优质成长的指路明灯 第五章 持续获利的新式营销技能 一、交叉营销，充分挖掘获利渠道 二、向上营销，留住客户持续获利 三、跨位营销，让消费者推动销售 第六章 获取市场的产品定位技能 一、时尚潮流，独树一帜的品牌产品 二、崇尚完美，惟我独尊的市场定位 三、独辟蹊径，巧取真空的市场 四、突破传统，薄利多销占领市场 第七章 优质成长的组织与执行 一、实现利润并让客户满意 二、组织与执行也需要创新 三、企业文化提高执行力 四、团队、组织管理、技术与执行力 第八章 走出延误成长的困境 一、做个永远的计划者 二、全面审视，谨慎决策目标市场 三、合纵联姻，优势互补第三部分 企业优质成长的工具 第九章 持续获利的利器 一、遵循“二八法则” 二、用好“六西格玛”理论 三、复制业务模式 四、用平衡计分卡提升执行力 第十章 CEO一扭转企业成长之乾坤 一、成也CEO，败也CEO 二、CEO要做第五级领导 三、CEO必须创建学习型组织 四、CEO交接班，企业优质成长的重要环节

<<赢在成长力>>

章节摘录

作为影响企业成长的复杂因素之一的组织能力，也是必须深入了解的。

组织能力催化剂的三要素是：有效的资源管理（无限扩大竞争优势的能力）、创造成长态度（发展追求成长的企业文化）以及赢的领导风格（有效地宣扬成长提案和建立卓越的高阶管理团队）。

首先，我们来看看如何进行有效的资源管理。

成功的成长企业不只看到别人没有看见的机会，而且非常善于让组织做好充分准备以应对成长对企业运作所带来的冲击。

组织里的每一个系统（如供应商管理、营运、物流、行销、服务等）都会因高速成长而耗竭，持续成长的企业十分清楚伴随成长而来的狂乱。

这些成长赢家的每个功能性单位都可以立即全速运作，以达成所接到的需求。

他们专注的并非核心竞争力，而是最显著的竞争力——也就是怎样管理资源，以创造符合市场需求的能力。

其次，企业还要端正创造成长的态度。

成长企业一般来说会鼓励冒险，也可以接受犯错。

他们支持生产研发和行销活动，仔细研究当前产品和市场，以提供顾客最高价值。

惠普科技公司建立了一个名为互动式管理的系统，鼓励员工互动，以达成创新。

通用电气公司的首席执行官杰克·韦尔奇主张，成长企业会“让资讯随风传播，喜爱改变，对于随改变而来的机会感到兴奋”。

成长企业雇用认同成长态度的人。

网景公司人力资源主管坎迪斯·梅尔菲特就说：“成长企业在找人方面很有一套，他们延揽的人才既有经验，又积极主动。”

最后，我们看看什么是赢的领导风格。

“领导”对于持续成长事业非常重要。

有各种因素让任何企业都可能成长，但是有效的领导才能让成长持续下去。

成长企业的领袖有独特的特质，幸运的是，这些特质都可以学。

成长企业的领袖具有优越的见识，换句话说，就是懂得看清楚大环境。

而且，他们擅长将自己的想法和别人分享。

三星电子公司创办人李秉哲有件事情做得非常有效率——他让三星电子每一阶层员工都了解三星追求成长的态度非常积极。

由于他把愿景传达得很彻底，公司上上下下的员工脑袋里想的都是成长，机会自然源源不断地涌入。

这种清楚的传达，让三星电子维持两位数字增长率近30年之久。

优质成长企业的领导者必须同时扮演爱冒险的创业者和务实的现实主义者的双重角色。

而且，这种领导风范不只在于首席执行官一人身上。

许多探讨领导风范的著作都专注于领导人，也就是首席执行官，这实在是非常狭隘的观点。

领导风范在组织里的每一个层面都可能出现。

许多时候，关键决策是由高阶管理团队做出来的，而不是首席执行官。

<<赢在成长力>>

媒体关注与评论

商场如战场，以胜负论成败。
检验胜负的标准就是企业能否持续获利。
在市场竞争中，亏损企业即使有再多的借口，也得不到同情。
获利是企业生存与发展的先决条件。

企业要靠利润来成长，已经为每一个企业家所熟知。
但是，在急功近利的时代，对获得意外利润企业的大肆报道，常常使一些旁观者心猿意马，产生对本专业的失焦。
如何专注企业持续获利、如何保证企业不断成长，对于一个期望获得成功的企业家来说，是一个无法回避的话题。

<<赢在成长力>>

编辑推荐

成长力是指企业持续取得“获利型营收成长”的能力。
企业的成长不只是包括销售额的增长、市场份额的扩大、员工人数的增加等，更重要的是要“获利成长”。

成长是一种创造性的行动。

成长能串联起企业内的各个不同部分，协调一致的提升企业价值。

如何帮助企业拥有及提升成长力，使企业做到持续获利成长呢？

本书以简洁有力的经营术语：创新获利、交叉营销、向上营销、跨位营销、市场定位、二八法则、六西格玛、复制业务模式、平衡计分卡、第五级领导、学习型组织等，剖析了企业持续获利、优质成长所应具有的基本功夫。

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>