

<<卓越公司的10大法则>>

图书基本信息

书名：<<卓越公司的10大法则>>

13位ISBN编号：9787806974667

10位ISBN编号：7806974660

出版时间：2005-5

出版时间：海天出版社

作者：严书翔

页数：275

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>

## <<卓越公司的10大法则>>

### 内容概要

《卓越公司的10大法则》在吸取国内外有关研究成果的基础上，总结提炼出对企业家和经理人具有普遍指导意义的十条法则。

这十条法则只是《卓越公司的10大法则》所涉课题的第一部分，笔者的立意不是去论证“为什么是这些法则”，而是指出“是什么”和“如何运用这些法则”。

这也许就是《卓越公司的10大法则》与《追求卓越》、《基业长青》等国外名著的区别。

我在商海亲身从事企业经营管理多年，我深深地体会到，对企业家和经理人来讲，真正南非要的不是“为什么”，而是“是什么”和“如何用”。

《卓越公司的10大法则》的十条法则为：法则一，选准行业，计划周密。

法则二，目标明确，胆大包天。

法则三，战略规划，战略管理。

法则四，战略经营，战略联盟。

法则五，超级战略，强抛竞争。

法则六，崇尚行动，速度致胜。

法则七，贴近顾客，服务至上。

法则八，不折不扣，执行到位。

法则九，与时俱进，不断创新。

法则十，抓准时机，适时变革。

## <<卓越公司的10大法则>>

### 作者简介

严书翔，1966年生，中山大学研究生毕业。曾任高校教师、深圳市行政事业单位处级干部、深圳市国营企业董事总经理、深港合资企业和中资驻境外企业董事长、深圳市多家知名企业集团的CEO助理兼人力资源总监等高层管理职务。

管理企业涉及过的行业及领域有：国际工程承包、国际劳务输出、化工、IT、印刷、房地产、人力资源管理、猎头、中外MBA教育、出国留学、移民服务等。

现任深圳市中大企业管理顾问有限公司董事长、深圳市信永方略管理咨询有限公司总裁。

在长期从事企业经营管理实际工作的同时，一直致力于国企改革、并购与重组、基业长青法则、企业战略、执行力、人力资源开发管理等领域的研究和管理实践，曾在《学术研究》、《中州学刊》、《学习与实践》、《特区理论与实践》，《深圳特区报》、《深圳商报》等报刊发表学术和各类文章40余篇，已出版专著一部，参与编写书籍三部。学术研究领域涉及文化学、人类学、哲学、社会学、管理学等。

现致力于为企业和各

<<卓越公司的10大法则>>

书籍目录

导论/1法则一 选准行业 计划周密/12法则二 目标明确 胆大包天/31法则三 战略规划 战略管理/55法则四 战略经营 战略联盟/84法则五 超级战略 强势竞争/111法则六 崇尚行动 速度致胜/135法则七 贴近顾客 服务至上/159法则八 不折不扣 执行到位/187法则九 与时俱进 不断创新/219法则十 抓准时机 适时变革/249

## <<卓越公司的10大法则>>

### 章节摘录

书摘二、以顾客为导向寻找合适的市场 1. 以顾客为导向要做到"量体裁衣", 即按顾客的个性化要求寻找市场。

其做法是把顾客适当地分成许多阶层, 然后针对他们的不同需要来提供合他们胃口的产品和服务。这种做法不但可以提高产品的附加值, 而且同时可以增加公司的利润。

如: 美国布卢明代尔公司就是一个典型的例子。

该公司成功之处就在于它所开办的时装用品专卖店, 其中每一个专卖店都为顾客提供某种特别的服务或是为迎合某种特别的顾客而专门设立。

2. 学会在各种不同的特殊市场上不断地推出新产品和服务, 利用这种战略时, 要掌握好5个方面的技巧: 善于运用自身的技术; 具有精明的定价技巧; 对市场的分析准确; 以顾客为经营导向; 肯出资金来表现自己的与众不同。

3. 抓住顾客心理, 分析找出特殊的细分市场, 以为顾客解难和量身订做的心态来提供各种服务。

三、以顾客需求为导向控制成本 1. 在成本、市场、技术、顾客需求四者当中, 顾客需求为主位。

2. 以价值和顾客为导向, 而不要以成本为导向。

3. 把注意力过分集中在成本上会导致公司失去市场和行业领先地位, 会引起企业内部缓慢, 无形的改变。

4. 成本的控制必须以顾客需求为导向, 一味的低成本战略容易失去市场。

5. 卓越企业提供的是服务、质量和可靠性, 而不是低成本。

如: 强生公司是一个很与众不同的以顾客为导向的公司, 它有150家左右独立的子公司, 每个子公司的责任就是把新研制的产品推销出去。

该公司的信条是"顾客第一、员工第二、公司第三、股东第四"。

即服务顾客第一, 追求利润第二。

P161三、企业变革的目的及意义 企业变革的目的和意义可以从对外和对内两个方面四个视角看: 1. 对外适应环境变化。

企业要生存就必须盈利, 要盈利就必须适应环境的需要, 这就决定了企业必须按照所处的社会环境和竞争环境的要求改变自身的内部环境, 以适应社会的发展变化, 否则, 就会被环境淘汰。

中国古人说:"穷则变, 变则通, 通则明, 明则久"。

在知识经济的社会里, 由于科技成果的大量应用和竞争的全球化, 变化成为企业外部环境的不变特征, 这就要求企业不断的变革自己, 以因应环境的变化。

随着WTO的加入和经济全球化的深入发展, 中国企业已经不得不融入全球性的企业变革浪潮之中。

但是, 由于我国发展市场经济的时间不长, 企业自身的变革意识不强, 加上缺乏相应的理论和咨询机构的指导, 很多企业能感觉到环境的变化, 却常常不能采取正确的措施促成变革, 使得发展机遇白白错过, 甚至带来生存危机。

因此, 企业如何适应环境的变化而变革自己, 这是知识经济时代企业普遍面临的共同课题。

2. 对外满足顾客需求。

企业是以顾客为中心的, 企业顾客包括个人顾客、集体顾客和社会顾客。

顾客需要什么样的产品和服务, 对什么样的产品和服务满意, 这种追求是不断发展变化的, 当顾客的需求发生变化之前, 企业就要作好产品和服务变革的准备, 否则, 一旦这种变化来临, 企业将措手不及。

因此, 企业必须提前预测顾客需求变化的趋势, 提前作好变革的准备, 只有这样, 才能在变化来临的时候应对自如, 游刃有余。

3. 对内求得自身发展。

企业之所以需要不断变革, 主要的目的和意义还是求得自身的发展。

其原因是: A、环境和顾客需求的变化, 市场竞争的机制要求各企业生产新产品, 推销新产品, 加强产品宣传和商品装潢, 降低成本与价格或改善服务, 这些都要求企业在结构、部门、功能等方面做出相应的调整和变革, 以顺应经济增长速度。

<<卓越公司的10大法则>>

P250

## <<卓越公司的10大法则>>

### 媒体关注与评论

书评不论时代如何不同，不论企业如何个性化，变中仍有不变的道理，个性中仍含有共性。企业成功、卓越和基业常青是有规则、有秘诀可寻的。对于这些法则，遵循者昌，不遵循者亡。

## <<卓越公司的10大法则>>

### 编辑推荐

不论时代如何不同，不论企业如何个性化，变中仍有不变的道理，个性中仍含有共性。  
企业成功、卓越和基业常青是有规则，有秘诀可寻的。  
本书向你介绍使你的公司业绩卓著的十大致胜法则，让你在强者如林的商场，一样可以屹立不倒！



<<卓越公司的10大法则>>

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>