图书基本信息

书名：<<中国首届MBA管理案例评选 百优案例集锦 第1辑>>

13位ISBN编号：9787030306333

10位ISBN编号：7030306333

出版时间：2011-4

出版时间：科学

作者：苏敬勤//朱方伟//王淑娟

页数：340

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

本丛书分为4辑，均为入选“中国首届MBA管理案例评选百优案例”的作品。入选案例涵盖了11个管理学科领域，反映了目前国内较高水平的管理案例编写现状。丛书不仅有利于引起各高校对管理案例编写与教学的重视，更为优秀的中国MBA案例提供了一个全方位展示的舞台，极大地促进了我国管理案例领域的发展。

第1辑收录了战略管理、技术管理及技术经济、公司治理学科领域的22篇管理案例，无论是内容编写、评选流程还是评审专家，在本学科领域中都有很强的典型性和代表性。

丛书不仅适合MBA学员、经济管理类研究生、本科生作为教材使用，而且非常适合短期管理课程、企业各级管理人员的实务学习及参考。

书籍目录

战略管理

- 明天的道路——安徽桑乐金股份有限公司
 - 研华(中国)公司的竞争战略
 - 成长期企业重组战略的抉择——特变电工
 - HC公司的战略选择(A)
 - HC公司的战略选择(B)
 - HC公司的战略选择(C)
 - 从PPG到VANCL:网络服装销售的商业模式演进
 - 南方高科构建核心能力的得失
 - 谭木匠:我善治木
 - 华立集团的多元化发展之路:功与过?
 - 怎样把售后服务卖给中国用户
 - 福尔药业集团所面临的战略决策
 - 科尔尼公司的一拖集团战略咨询方案案例研究
 - DQ油田建材制造安装有限责任公司经营发展战略研究
 - 全聚德:连锁扩张过程中的文化传承与创新
 - 快乐购:一个?体零售企业的前四年
 - “大足神农”的企业使命
 - 灿坤3C连锁店的中国大陆之行
 - 山沟里的金凤凰能否在浴火中重生
- 技术经济、技术管理
- 拇指互动公司
 - “百亿一百年”的温氏集团
 - 北方钢铁集团的“150万吨不锈钢”生产线
- 公司治理
- 朱新礼出售汇源果汁
 - 河北大午集团:首创中国“家族企业立宪制”

章节摘录

3.2 供应链优化 PPG曾经在质量上栽过跟头，陈年不敢掉以轻心。而质量问题需要从供应链就开始解决。

VANCL的做法是供应链优选与加强质检。

从2008年4、5月份开始，VANCL就坚持与一线厂商合作，合作面料生产商有远东纺织、福田实业等，都是国内甚至国际的顶级面料生产商；生产商方面则有山东鲁泰、香港溢达等，都是为Ralf Lauren、阿玛尼等国际一线品牌供货的代工厂商。

陈年认为，虽然VANCL的产品小厂也能做，但是面料和工艺做不到最好，会损伤用户的体验；而一线厂商相当于被名牌服装企业“训练”了20多年，自身对于产品工艺要苛刻得多。

一线厂商的制作让VANCL的产品质量提升了个档次，而品质的改变马上转变成用户的良好体验，因为用户拿到产品立刻就能掂量出质量来。

除了选择优秀的供应商外，VANCL还加强了自己的质检力量，建立了严格的跟单体系，在面料采购、服装生产、库房等各个环节设置了专门的巡检员，负责产品质量的跟单检查。

在产品进入VANCL的库房后，也要实行全检制度，由专门的质检人员按严苛的标准对每一件产品的外观、袖口、扣子、线头等环节一一检查，完全符合要求的才能正常入库进行销售。

3.3 用户体验优化 而对于PPG的轻型模式暴露出来的用户体验缺失问题，VANCL则通过开放评论、试穿活动以及自建物流等方式加以改善。

为了获取消费者的信任，VANCL开放了用户的网上评论功能。

尽管在开放初期，陈年需要不停地扑火，向愤怒的消费者道歉，卓越网的经历使陈年深知，比起网上大规模的流言传播，将用户评论引到自己网站上，建立双向沟通的信息机制更为安全。

并且，敢于开放每款产品的评论功能，本身也是树立VANCL诚信度的一种表现。

除此之外，网上的消费者有从众的心理，买东西之前总是习惯看看别人的评论，开放的产品和服务评论有助于消费者下单。

针对网络销售不能像线下销售那样试穿的问题，VANCL在刚刚上线不久的2007年12月，就推出了T恤的“68元初体验”试穿活动。

这样的活动总免不了遇上很多“钻空子”行为。

例如，大部分用户体验了之后，会选择重新注册账号“继续体验”，甚至有的人注册了十几个账号“天天体验”。

但从这样的行为中，VANCL也明白了，产品的品质已经得到用户的认可。

于是，在“68元初体验”的基础上，VANCL陆续增加了“168元体验”和“228元体验”。

由于加工工艺的差异，用户在购买了168元产品和228元产品之后，很明确地反映这些衣服可以洗很多次都没问题，也引导用户从对品牌的体验上升到对品质的体验。

其实，开放网络评论，“68元初体验”，都是陈年对卓越网经验的借鉴，也很快被其他服装直销网站复制。

但还有一项看似与用户体验无关，也是其他同类企业轻易不舍得投入的行动，却对加强用户体验起到了关键作用，那便是与PPG完全外包物流截然不同的自建物流。

.....

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>