第一图书网, tushu007.com

<<企业树>>

图书基本信息

书名：<<企业树>>

13位ISBN编号：9787111206255

10位ISBN编号：7111206258

出版时间：2007-1

出版时间：机械工业出版社

作者：陈永山

页数：186

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

《企业树》基于解读企业这个根本性命题，以多年的企业实践经验结合对现今最新管理理论的消化和吸收，提出了作者系统思考的观点和方法，并用一种简单明了的分析方式，剖解了企业存在、企业运营和企业管理的各有效单元，以及这些价值单元里相互关联、相互影响的各有效元素。
《企业树》是企业问题诊断指南，更是一本总经理的必备手册。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

陈永山，1964年出生。
厦门大学管理学院研究生结业，高级咨询师。
1983年在郑州铁路局参加工作，修桥工人。
1991年辞职下海，南下闯荡，辗转各地，求职学习。
2001年任厦门海洋华顺集团有限公司董事长兼总经理，后任厦门华顺民生食品有限公司副董事长兼部经理至今。

书籍目录

前言绪论第一章　企业为什么一、为股东创造新财富股东价值股东与经理人的互动为股东创造新财富的几种药二、为顾客创造新体验顾客权力提升引导顾客还是迎合顾客体验有形还是体验无形创新技术还是创新运用消费者共识三、为员工创造新机会基本面的三个要素基准面的三个要素第二章　企业是什么一、一批顾客二、两根链条三、三把快剑设立和优化赢利模式营造企业生态提高执行力四、“四大脏器”管理力产品力渠道力品牌力五、无极循环第三章　管理力一、组建团队成员选择能力提升团队特质二、营造企业生态企业文化（理念）制度与流程激励三、提高执行力执行力价值取向执行力要素分解执行力绩效考评第四章 产品力一、成本领先技术等级及主材质采购议价能力制造效能二、品质领先目标成本品质稳定品质附加值三、概念领先消费亲和点产品内在价值形象化表现第五章 渠道力一、核心渠道目标客户网络所达专注产品二、渠道驱动利益分享政策导向锁定客户三、终端控制客情关系终端陈列适度促销第六章 品牌力一、品牌建立品牌核心价值（主张）提炼品牌识别设计品牌管理维护二、品牌提升扩大知名度强化美誉度突显差异化三、品牌延伸第七章 领导者一、三个前提素质坚守理念及时反思有效摄取二、三项职业能力洞察力变革力能动力三、决策的智障陈旧知识与个人经验专业技能与呆板教条偏信宣传与盲目模仿四、决策的陷阱快速决策陷阱有利证据陷阱沉没成本陷阱

第一图书网, tushu007.com

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