第一图书网, tushu007.com

<<非常团队>>

图书基本信息

书名：<<非常团队>>

13位ISBN编号：9787111286646

10位ISBN编号：7111286642

出版时间：2010-1

出版时间：机械工业

作者：李欣禹

页数：175

字数：151000

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

第一图书网, tushu007.com

前言

这是一本不能不研究的有关汽车4S店企业团队建设的参考书。
如果您是汽车S店的管理者，在过去的管理实践中一定遇到过很多让您不知所措的问题，而这些问题在以该架构和内容为蓝本的培训对象——汽车4S店的董事长和总经理中同样遇到过，书中所涉及的内容已经在这些4S店的管理实践中得到了应用，对他们的团队管理能力提升起到了积极的指导性作用。
可以说，这是目前国内第一本系统讨论汽车经销商如何开展企业团队建设的重要参考书。

面对汽车行业日益严峻的竞争形势，如果作为4S店管理者的您还没有在企业团队建设这个问题上有所突破并有所建树的话，那么接下来您遇到的将可能是一个无法逾越的障碍——企业内部人员无法凝聚、企业的效益不断下滑、与竞争对手（包括不同品牌的竞争对手和相同品牌的竞争对手）之间的差距越来越大的问题，这些最终也会对您的职业生涯带来巨大的困惑。
这不仅是您的痛，也是整个行业关注的焦点。
可以说，这本书正是针对汽车4S店管理层所共同关心的问题而展开的。

众所周知，我国汽车行业经过入世前后的洗礼已经渐入一个新的境界——无情的竞争、残酷的结果，而且随着时间的推移，这样的竞争还会越来越激烈。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书的主要内容有：影响汽车4S店销量的主要因素；汽车4S店团队建设的基本命题；汽车4S店团队建设的基本问题；汽车4S店人员的甄选与培养；加强成员间的有效沟通，实现精诚合作；构建高效团队的成功基因；实施有效的目标管理与绩效控制；有效领导与激励，打造高绩效团队。

该书针对目前和未来我国汽车行业的发展状况，以全新的视角来讨论汽车4S店企业团队建设中的诸多问题，视角独特，观点新颖，具有一定的借鉴价值，是汽车4S店投资者、经营者、管理者，以及从事相关工作的人员的重要的参考书。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

李欣禹，MBA，国内著名汽车营销专家。
从20世纪90年代中期从事顶级品牌和强势汽车品牌的市场营销及策划工作，历经基层到高层的磨练，积累了丰富的实战经验，在世界范围内首创并构建了汽车差异化营销理论体系；是国内著名大学汽车经营管理EMBA核心课程高级研修班特邀专家，浙江

<<非常团队>>

书籍目录

前言第一章 影响汽车4S店销量的主要因素第二章 汽车4S店团队建设的基本命题第三章 汽车4S店团队建设的基本问题　第一节 认知误区：4S模式等同于团队建设　第二节 团队不等同于企业组织　第三节 高效团队的八个基本特征　第四节 建设高效团队的目的与意义　第五节 团队建设的六大原则　第六节 团队建设的基本流程第四章 汽车4S店人员的甄选与培养　第一节 团队成员应具备的素质　第二节 企业团队成员的角色与责任　第三节 企业团队成员的职能　第四节 企业团队成员的科学甄选　第五节 建立高效的培训体系　第六节 团队精英的培养与能力提升第五章 加强成员间的有效沟通，实现精诚合作　第一节 影响沟通的六大因素　第二节 沟通的误区与障碍　第三节 沟通的方法与技巧　第四节 向上沟通、水平沟通和向下沟通　第五节 化解团队成员对新举措的抵制　第六节 改善团队成员的工作表现第六章 构建高效团队的成功基因　第一节 忠诚不仅仅是企业内部员工的问题　第二节 团队内部的冲突容易导致人员流失　第三节 互信是高效团队的基石　第四节 建立团队成员的认同感与归属感　第五节 团队精神与团队文化建设　第六节 建立企业和员工的忠诚——学会感恩第七章 实施有效的目标管理与绩效控制　第一节 影响汽车经销商业绩的首要因素——明确的工作目标　第二节 有效目标的六个特征　第三节 设定目标的七个步骤　第四节 为团队成员制订切实可行的目标　第五节 设计有激励性的薪酬体系第八章 有效领导与激励，打造高绩效团队　第一节 正确认识管理者的权力　第二节 使用权力的六条戒律　第三节 树立自己的领导风格　第四节 真正了解下属的需求　第五节 正确对待下属的抱怨　第六节 关注下属的能力发展　第七节 做好教练式的管理者　第八节 对下属实施有效的激励后记

章节摘录

由于对自身产品与服务的认识多于竞争品牌，习惯性的思维模式就会产生一种奇怪的现象：不论哪一个品牌，销售顾问总会把竞争品牌汽车产品的优势与自己所销售的汽车产品的缺点进行比较，特别是遇到市场上处于相对弱势、市场份额较小的品牌，这样情况就变得更为明显，甚至更为普遍。
虽然这些品牌的销售顾问面对客户时都在竭力维护自身品牌与汽车产品的形象，但由于负面的认知过多，累积的负面经验不断打击他们的信心。
这种内心的怀疑或不认同就很容易在言谈举止中表现出来，特别是在比较精明的客户面前就会暴露无遗，失去有效说服客户的机会。
与此相反，刚入职的新员工，当他向客户推荐汽车产品时，那种自信、那种坚定往往会深深地感染客户，即使他们对产品与服务不甚了解，仍然会让他们产生购买的冲动。
这是一种什么样的现象，为什么刚刚人职的新员工对自身品牌与汽车产品的认同度要远远高于老员工呢？
这与我们从小所受的教育与心智成长环境有关，更与我们已经形成的思维定式有直接的关系。
有没有办法消除这种现象并让每一位员工正确认识并看待存在的问题甚至是产品与服务的缺陷，而且能够保持一种积极的心态面对客户呢？
应该说，这个问题是可以解决的，关键是我们这个团队有什么样的共同的必须遵守的规则。
我曾经为一个美资的汽车零配件生产企业进行培训，两天的培训之后，我没有听到曾经在其他企业常听到的抱怨——对企业产品与服务缺陷的抱怨，对企业内部管理制度的不满，对企业领导人的非议……这让我很奇怪，甚至感到有些不习惯。
为了找到答案，在离开该公司前我请教了该公司负责营销的副总经理。

编辑推荐

一切问题都是因人而生，一切问题可以因人而灭。
您的企业留得住优秀人才吗？
您的企业具有不易被模仿的核心竞争力吗？
未来三到五年后，您的企业还会持续发展吗……　“团队建设”不仅是一个管理学的概念，而且是企业管理实践的重要内容，是解决上述问题的不二法门。
对于汽车4S店发展过程中存在的各种问题，仅仅依靠对症下药式的解决方案，似乎能够收到快速的效果，但在旧的问题还没有根治时，新的问题又出现了，甚至很多时候是重复发生的。
这已经是汽车4S店高层们的心头之痛。
要构建一个具备可持续发展能力的企业，必须从根本上解决问题，也就是采用中医辨证施治的原理才是解决企业问题的根本之道。
这里，之所以把“团队建设”视作解决问题的根本之道，就在于一切问题都是因人而生，一切问题可以因人而灭，核心就是解决好“人”的问题。
所以，透过《非常团队：汽车4S店团队管理》，您会看到如何通过4S店的团队建设，消除引发问题的根本因素，达了企业良性运转的最佳境界。
只要您做了，肯定会如您所愿！

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