第一图书网, tushu007.com

<<超越管理>>

图书基本信息

书名：<<超越管理>>

13位ISBN编号：9787212047429

10位ISBN编号：7212047422

出版时间：2012-6

出版时间：安徽人民出版社

作者：李淑华

页数：262

字数：175000

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

内容概要

作者从公司运营流程、团队管理、人才挑选、企业文化、危机和未来等方面对麦肯锡进行了详细地解读，借助经典案例生动，全面地介绍了麦肯锡管理咨询顾问公司的管理方法和管理理念，试图为读者呈现麦肯锡成为世界第一咨询公司背后的秘密。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

李淑华，北京外国语大学英美文学专业毕业生，拥有英语八级证书、口译资格证、同声传译资格证，现为新东方资深讲师，有超过十年的翻译经验，出版过多部译著。

<<超越管理>>

书籍目录

前言
第一章 咨询之道
咨询教父
解构麦肯锡
咨询的三S
从客户服务到员工管理
一切以项目为中心
第二章 麦肯锡杀手锏
矩阵战略
七步分析法
7S模型
S & R方案
第三章 团队运作法则
寻找最佳搭档
默契团队
为两只老虎营造另一座山
内部沟通术
共识管理模式
第四章 人才至上
招聘最优秀的人才
晋升与出局
麦肯锡“大学”
先认识自我，再发展人脉
整合经理角色
第五章 赢得客户心
客户第一
以事实为依据
访谈的力量
第六章 第六项修炼
掘金“隐性知识”
构建学习型组织
知识经济学
第七章 行者无疆
透视麦肯锡
改变核心价值观
文化飙扬
王者归来

章节摘录

咨询教父　　管理咨询思想源于詹姆斯·麦肯锡（James O.McKinsey），他是咨询业真正的创业者。
在第二代掌门人马文·鲍尔（Marvin Bower）的潜力经营下，经过数十年的发展，借助稳健的、注重长期关系的市场营销定位，牢牢占据了全球管理咨询业的霸主地位。
切合实际的咨询　　麦肯锡管理咨询顾问公司于1926年成立于芝加哥，是国际领先的管理咨询公司，业务网络遍及全球，在55个国家拥有98家分公司，有近9000名员工，公司六成以上业务在很多国家和地区展开。
在帮助世界各国企业应对市场风云变幻和全球化挑战方面发挥了重要的作用。
在麦肯锡管理咨询顾问公司服务的客户中，既有世界著名跨国公司，也有发展中国家公司、非营利性机构以及政府组织，其中主要咨询对象为《财富》500强中的大多数企业以及世界各国政府机构。
在全球前500家大公司中，有70%是麦肯锡管理咨询顾问公司的客户，包括雀巢、壳牌、柯达、西门子、奔驰等。
麦肯锡管理咨询顾问公司的服务范围如此广泛、业绩如此出色，这不得不令我们思考其神奇魔力。
在麦肯锡公司，高级顾问经常用一个经典的故事来给他们的客户讲述公司为什么需要咨询，从而说服他们来做咨询。
负责企业组织发展的专家汤姆·彼得斯经常给他的客户讲述下面这个故事：　　在纽约州，博士约翰·科特分到一家研究所，成为学历最高的一个人。
有一天他到单位后面的小池塘去钓鱼，正好研究所正副所长在他的一左一右，也在钓鱼。
约翰·科特只是微微点了点头，有啥好聊的呢？
不一会儿，正所长放下钓竿，伸伸懒腰，“噌噌噌”地从水面上如飞地走到对面上厕所。
约翰·科特眼睛睁得都快掉下来了。
水上漂？
不会吧？
这可是一个池塘啊。
正所长上完厕所回来的时候，同样也是“噌噌噌”地从水上漂回来了。
怎么回事？
约翰·科特又不好去问，自己是博士生哪！
过一阵，副所长也站起来，走几步，“噌噌噌”地漂过水面上厕所。
这下子约翰·科特更是差点昏倒。
约翰·科特也内急了。
这个池塘两边有围墙，要到对面厕所非得绕十分钟的路，而回单位上厕所又太远，怎么办？
约翰·科特也不愿意去问两位所长，憋了半天后，也起身往水里跳：我就不信他们能过的水面，我博士生不能过。
只听“咚”的一声，约翰·科特栽到了水里。
两位所长将他拉了出来，问他为什么要下水，他问：“为什么你们可以走过去呢？”　　两位所长相视一笑：“这池塘里有两排木桩子，由于这两天下雨涨水正好在水面下。
我们都知道这木桩的位置，所以可以踩着桩子过去。
你怎么不问一声呢？
”　　从这个故事可以看出公司咨询是非常重要的，公司领导人如果像约翰·科特一样，看到了使人意外的现象却不愿意去询问，不善于去发现问题的实质，只是按照自己所看到的表面现象行事的话，那么，这个公司也就只有“栽到水里”这一种结局，因为他根本不知道一切偶然现象的背后都存在着必然，别的公司之所以不会“栽到水里”，是因为这些公司的领导人对公司的情况已经了如指掌。

因此，要想使公司健康发展，公司领导人要善于求助于咨询公司，寻求最佳的解决问题的方法。
麦肯锡管理咨询顾问公司的每一个项目都包括经济分析、提出假设和解决问题三大内容。
一方面，麦肯锡管理咨询顾问公司项目组分析业务的基本经济状况和现行环境；另一方面，项目组运用已证实的理论框架和方法，引导分析工作，使项目有所侧重并确保整个项目如期完工。
联合小组针对某一领域、一个分支或运用某个模型，共同制订解决方案，并加以验证。
通过这种试点式的工作，联合项目小组可以让改革的结果一目了然，从而避免由于目光短浅而引发长远问题。
从下面这个案例中就不难发现麦肯锡的成功之道。
伯利恒钢铁公司总裁舒瓦普请麦肯锡效率专家利尔森·霍金斯进行企业诊断，总裁介绍说：“我们知道自己的目标，但不知怎样更好地执行计划。
”利尔森·霍金斯说可以在10分钟内给他一样东西，这东西至少能把公司业绩提高50%。
利尔森·霍金斯递给总裁一张空白纸条，让他在纸上写下第二天要做的六件最重要的事。
总裁写完六件事后，利尔森·霍金斯让他在纸条上用数字标明每件事对总裁及公司的重要性次序。
利尔森·霍金斯接着说：“现在把这张纸放进口袋。
明天早晨第一件事是把纸条拿出来，做第一项。
不要看其他的，只看第一项。
着手办第一件事，直到完成为止。
然后用同样的方法做第二项，第三项……直至你下班为止。
如果你只做完第五件事或者第四件事，那也不要紧。
因为你总是做着最重要的事。
”整个会见历时不过半个小时。
几个星期后，利尔森·霍金斯收到一张2.5万美元的支票和一封信。
舒瓦普在信中说，从钱的观点来看，那是他一生中最有价值的一课。
为什么麦肯锡管理咨询顾问公司要采取这种方式呢？
通过访问马文·鲍尔才知道，这种同事式的合作也是麦肯锡管理咨询顾问公司为客户创造利益的一部分。
因为在提高咨询人员工作效率的同时，减少了客户的成本。
同时，这种方法有助于推动变革和实施的成功，也是麦肯锡管理咨询顾问公司向客户传授知识、开展培训及管理项目的最佳途径。
麦肯锡管理咨询顾问公司在为客户寻求业绩改善的同时，也在谋求自我价值的体现。
这种自身价值的体现基于设身处地为客户着想的基础上，“与客户共担风险、共同分享成功”的服务理念，正是它不断吸引客户并获得众多客户尊重的重要因素。
另外，作为企业之上的企业，麦肯锡管理咨询顾问公司在掌握国际先进管理知识的基础上，着力完成“两个转化”，即将国际上最先进的管理科学和技能，针对各国的国情和企业的实际情况进行“本土化”和“产品化”，在此基础上制订切合实际的解决方案。
任何一个国际管理咨询公司都必须做到这一点。
麦肯锡管理咨询顾问公司的成功不仅在于此，还在于它是一个跨行业、跨职能的管理咨询公司，公司不仅提供战略和组织问题方面的咨询，同时它也为最高管理层提供诸多咨询服务，涵盖企业发展战略、金融、运营效率的提升、品牌及营销管理、信息技术管理等议题。
另外，麦肯锡管理咨询顾问公司还具有灵活性这一特点。
在毫不妥协地坚持质量和实事求是的同时，公司愿意与客户寻求更灵活的合作和工作方式，合作方式按照客户的需求度身定制，最大限度地让项目产生影响。
而且，作为一个企业，麦肯锡管理咨询顾问公司采用由董事（合伙人）与客户共同参与的工作模式，一般来说是一位董事负责一个咨询项目，并对项目最终质量承担全部责任。
项目启动时，麦肯锡管理咨询顾问公司项目组和客户组成联合项目小组，事先对项目组的成员配置作精心安排，并针对客户的具体情况，优化组合小组内咨询人员的技能、行业经验和职能专长。

寥寥数语揭开了麦肯锡管理咨询顾问公司神秘的面纱，用“实际、全面、灵活”来解释麦肯锡管理咨询顾问公司成功的原因再合适不过了。

……

媒体关注与评论

麦肯锡过去几十年的成功在业界赢得的不仅是极高的声望，而且是神话般的光环，世界一流公司的董事会由他们自由出入，世界顶尖商学院的精英在他们的门口排着长队。

——《经济学人》杂志　　麦肯锡公司以其非凡的人才、高层管理的方法以及“全球一体化”的公司原则而卓然不群。

——《商业周刊》　　全球最有实力、最有能力的咨询公司——享有无与伦比的声望。

——《财富》杂志

编辑推荐

《超越管理：揭秘麦肯锡管理咨询技巧》全方位解构麦肯锡管理之道，探寻被严守的秘密。
出售的是“点子”，依靠的是“智慧”。
看麦肯锡神话如何把自己的思想装进别人的脑袋里，把别人的钱装进自己的口袋里。

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