第一图书网, tushu007.com

<<过程再造、组织变革与绩效改进>>

图书基本信息

书名：<<过程再造、组织变革与绩效改进>>

13位ISBN编号：9787300038346

10位ISBN编号：7300038344

出版时间：2001-1

出版时间：人民大学

作者：苏米特拉.杜塔

页数：503

译者：焦叔斌

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

前言

前言　　这套由案例和正文构成的丛书旨在满足管理学院的教师们对于最新的国际性案例册的需要，这些案例经过严格的实际课堂的检验证明是有效的。
尽管讲述案例是主要的目的，但丛书编委会认为提供相配套的正文将有助于引导各方面的读者，如教授、学生或感兴趣的有关人士理解案例作者希望印证的基本概念。
这种认识是符合逻辑的。
　　通过案例来学习是一种归纳性的学习。
学生们阅读并思考一个或多个特定的观察情况，参与课堂讨论，然后尝试总结出一些可以用于不同情景的一般性结论。
这是经典的科学方法，是托勒密、麦克斯韦尔和牛顿的方法。
正如对他们的研究所具有的意义一样，无论多么大量的观察也不可能证明任何一个结论的真实性。
只要没有得到证明，在精确的设计和控制下的条件中得到的大量有利的观察结果就只能增加研究人员对其理论的信心而已。
　　无论是借助于案例进行教学的管理学院的教师们，还是通过案例来学习的学生们，必须及早认识到，他们所研究的领域不可能进行大量的观察，观察的条件也不可能得到充分的控制以开展任何类似于实验的工作。
学生们常常会感觉他们被迫从单个的案例中归纳结论。
案例并非是随机挑选的这一事实也令人担心，它们常常是为了向学生演示一个观点或提出一个结论被选出来的。
几乎没有哪个教授会选择不具有说服力的证据。
　　这便是为什么仅仅从管理案例中很难得出令人信服的观点的理由，也正因为如此，本丛书编委会才会对配套的正文给予相当的重视。
作者的观点必须得到几方面材料的支持：逻辑，例子（包括与这些例子有关的读者所熟知的参考材料），从诸如经济学、心理学或社会学等规范学科中引用的理论，读者从自身的经历、直觉中得出的结论。
案例当然十分重要，但仅有案例是不充分的，也许它只是构成了据以进行分析的框架。
　　我们相信读者会找出这些案例所支持的主题，对于众多作者的热情和辛劳也深表谢意。
　　丛书主编　　H·兰迪斯·加巴尔　　1998年9月

内容概要

《过程再造、组织变革与绩效改进》介绍了核心过程与绩效改进、信息技术与绩效创新、雇员绩效的衡量、评价和奖酬、管理人员与管理变革、组织结构与过程导向、无终点的赛跑等内容。

作者简介

苏米特拉·杜塔教授任职于欧洲管理学院。他也是美国加利福尼亚大学伯克利分校哈斯商学院和比利冒布鲁塞尔Libre大学Solvay商学院的访问教授，杜塔教授当前主要研究技术管理，技术在过程创新中的作用、知识管理等领域。

让-费朗索瓦·曼佐尼副教授任职于欧洲管理学院，其专业领域是会计和控制，亦为企业变革研究会和高级学习技术中心的成员，他受过特许会计师的训练，曾作为审计员和咨询师任职于Ernst&Young公司曼佐尼副教授当前正从事旨在应用新技术以改进管理人员的学习、沟通、领域和变革管理技能的臺干研究项目。

书籍目录

第1章 过程再造、组织变革与绩效改进案例1—1 Taco Bell：业务的再造 （A） （1983—1995）案例1—2 转变中的TSB集团（A）：行业和公司背景案例1—3 转变中的TSB集团（B）：第一次变革浪潮（1989—1991）第2章 核心过程与绩效改进案例2—1 兰克施乐（法国）（A）：物流过程案例2—2 兰克施乐（法国）（B）：设计一体化的供应链案例2—3 转变中的TSB集团 （D）： 第二次变革浪潮 （1992—1995）——聚焦于质量和过程第3章 信息技术与绩效创新案例3—1 阿瑟·安达信（丹麦）公司的知识管理：在现实时间和虚拟空间中构筑财富案例3—2 信息技术与经营业务的融合：葡萄牙商业银行与大陆银行案例3—3 范德莱工业公司第4章 雇员绩效的衡量、评价和奖酬案例4—1 友联保险公司：顾客服务的再造（缩写）案例4—2 衡量快乐：AT＆T一卡通对质量的追求案例4—3 美孚USM＆R（A）：平衡计分卡的建立案例4—4 美孚USM＆R（B）： 新英格兰的销售和分销第5章 管理人员与管理变革案例5—1 转变中的TSB集团 （C）： 管理变革团队案例5—2 法国航空公司的变革阻力：贝尔纳·阿塔利的经历案例5—3 扭转颓势：克里斯蒂安·勃朗领导下的法国航空公司案例5—4 打造“全球最受欢迎的航空公司”：英国航空公司（1993-1997）第6章 组织结构与过程导向案例6—1 施乐（法国）2000：没有终点的竞赛案例6—2 昆腾公司：经营团队和产品团队案例6—3 奥迪康A/s公司的革命：面条式组织（缩写）第7章 无终点的赛跑案例7—1 TacoBell：业务的再造（B） （1995—1997）案例7—2 保持“全球最受欢迎的航空公司”的地位：英国航空公司（1993—1997）

章节摘录

进入80年代后，为了向所有顾客搭配销售非管制的银行产品，迫切需要成本更低的销售过程。
设立行内销售队伍是最便宜的选择。
银行训练职员在顾客等待时去接近他们并进行交谈。
顾客一般不会拒绝并且相当一部分会购买新的产品。
但这种做法的效率远不尽人意。
员工们为了发掘能够充满自信地推销两三种基本产品的技能而竭尽全力。
后勤工作也不令人满意，当一个销售人员需要更多信息时，他或者必须登录到其他系统中去，或者是发疯似地在文件柜中翻找，而让顾客等待。
德斯·格洛弗说：　我们在很多支行安装了摄像机，我们拍摄了大约一个月内的顾客流和面谈情况，录像带显示当员工去找东西时顾客会变得很烦躁。
德斯·格洛弗同时也指出一个矛盾：　我们使用的ATM机和语音电话银行业务将人们赶出了支行的营业厅，但利润却来自于搭配销售，而这只能在支行营业厅中进行。
结果我们总是向同一群人搭话。
有个人曾经在进来时举着个牌子，上面写着：“我不需要年金！
”　作为新的销售举措的一部分，银行任命了1250名顾客服务经理（CSE）。
他们的职责是以个人或团队的一分子的方式来销售银行的产品和服务，每个人都有销售额和面谈次数的指标。
他们被寄予厚望，希望能够维持并提升客户关系，并增加利润。
CSE无权销售“管制”保险产品，这些产品单独由850名精干的保险销售员负责。
银行开发了一个名为“超级服务”的规则系统来帮助它们销售新的产品种类。
该系统能够在同顾客面谈的全过程中提示CSE，在过程进行中，电脑屏幕对着顾客，因此顾客能看见所有TSB拥有的关于他（她）的财务信息。
一次完整的超级服务面谈需要45分钟，但许多面谈者只使用该系统的一部分。
超级服务系统会分析顾客的需要，并从TSB的产品线中识别出最适当的产品。
该系统还集成了报价、完成销售文件及打印授权书的功能。
是理想的结构吗？
TSB支行网络的变革取得了鼓舞人的成就，极大地降低了成本并提高了生产率（案例资料CSl—3—9显示了零售银行及保险业务雇员人数的变化）。
然而，在1992年年初，高层管理者一直在思考银行支行网络的最适当结构究竟应当是什么样子的。
……

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