第一图书网, tushu007.com

<<颠覆>>

图书基本信息

书名：<<颠覆>>

13位ISBN编号：9787302194910

10位ISBN编号：7302194912

出版时间：2009-3

出版时间：清华大学出版社

作者：张海良

页数：202

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

尽信书不如无书！
很多中小企业的失败并不是因为不懂现代企业管理方法，而是太懂了——对各种新理论都深信不疑，不结合企业的自身情况，不进行必要的修改，反而过分地去强调一些条条框框，结果使企业陷了进去……　规范化管理是把成功模式化吗？
细致分工是有效率的体现吗？
组织健全就能聚沙成塔吗？
品牌是企业的名片吗？
贴近顾客就等于抓住了市场需求吗？
销售队伍建设是人海战术吗？
……　本书作者凭借十五年来从事企业咨询和管理的实践经验，针对以上问题向中小企业家提出了“颠覆MBA”中小企业管理方法。
在内容表现上，各章先运用案例引出问题，再采用破立结合的论证方式，针对中小企业管理现状，结合中小企业生存环境，就中小企业如何迈出第一步，如何生存下去，如何发展壮大，如何避开风险进行论述。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

张海良，北京今天胜德品牌管理咨询有限公司首席专家，中改院中国民营经济研究中心副主任，中国MBA北京联谊会首席品牌专家，多家大学客座教授；于1994年创办今天胜德品牌管理咨询有限公司，以新、奇、特的定位方法和“咨询无定式、管理无定则、创意无定法”的服务理念先后为上海漕河泾开发区、交通银行、西安高新区、真心瓜子、新华锦集团、首钢集团、北京秀水街、壶口瀑布等近百家中国企业提供过成功的管理和咨询服务。

书籍目录

第一章 中小企业是我国经济发展的主力军 一、中小企业的定义 二、中小企业的特点 三、中小企业在国民经济中的重要作用 四、目前中小企业发展面临的问题及挑战 五、新阶段中小企业管理和发展战略的选择 六、对中小企业生存之道的思考第二章 中小企业不必过分强调战略 【案例】 白沟镇的“品牌强镇”战略规划 一、战略“画”出了企业的未来吗 二、破：中小企业不必过分强调大战略 三、立：小战略，大发展第三章 中小企业不必过分强调企业文化 【案例】 微软的企业文化 一、企业文化代表了企业精神吗 二、破：中小企业不必过分强调表面工程 三、立：企业文化，自上而下第四章 中小企业不必过分强调规范化管理 【案例】 失败的规范化管理 一、规范化管理是把成功模式化吗 二、破：中小企业不必过分强调规范 三、立：核心效力，管理要灵活第五章 中小企业不必过分强调分工 【案例】 一个不要分工的经理 一、细致分工是有效率的体现吗 二、破：中小企业不必过分强调分工太细 三、立：合情合理分工，好钢用在刀刃上第六章 中小企业不必过分强调组织健全 【案例】 寰球石材集团的困惑 一、组织健全就能聚沙成塔吗 二、破：中小企业不必过分强调组织健全 三、立：专注于优势，组织在精不在全第七章 中小企业不必过分强调建立品牌 【案例】 成也品牌，败也品牌 一、品牌是企业的名片吗 二、破：中小企业不必过分强调建大品牌 三、立：不建品牌，却要赢在品牌第八章 中小企业不必过分强调创新 【案例】 创新是海尔的灵魂 一、创新是企业的出路吗 二、破：中小企业不必过分投入创新 三、立：低成本创新、有效创新第九章 中小企业不必过分强调竞争 【案例】 扬州石化不争资源争效益 一、竞争只是“红海”里的游戏吗 二、破：中小企业不必过分强调竞争 三、立：降低竞争成本，低成本竞争第十章 中小企业不必过分强调广告 【案例】 2006年的央视广告招标会 二、破：中小企业不必过分强调大做广告 三、立：除了广告，我们还可以做更多 附录：各种广告方式效果的对比第十一章 中小企业不必过分强调定位 【案例】 不争第一，愿做第二 一、定位只为企业找个合适的“位子”吗 二、破：中小企业不必过分强调坚守定位 三、立：重新定位，海阔天空第十二章 中小企业不必过分强调贴近顾客需求 【案例】 买李子的老太太的需求 一、贴近顾客就等于抓住了市场需求吗 二、破：中小企业不必过分强调贴近顾客需求 三、立：主动出击，创造需求第十三章 中小企业不必过分强调建设销售队伍 【案例】 红桃K的万人销售队伍 一、销售队伍建设是人海战术吗 二、破：中小企业不必过分强调建设销售队伍 三、立：轻装前行，借兵打仗第十四章 中小企业不必过分强调做百年老店 【案例】 百年老店伍尔沃思的关门大吉 一、中国企业都有百年老店情结吗 二、破：中小企业不必过分强调成为百年老店 二、立：百年太久，只争朝夕后记

章节摘录

据国家相关部门统计，目前，我国中小企业约占企业总数的99.5%，中小企业的工业总产值和实现利税分别占全国总数的60%和40%，提供了大约75%的城镇就业机会，全国出口总额中约60%来源于中小企业。

编辑推荐

十五年中小企业运作成功经验，新、奇、特的商业智慧结晶，中国企业运营快刀，今天胜德首席专家张海良先生最新力作。

对于生存是第一需求的中小企业来说，企业管理的方法必须围绕着“如何生存”这个中心，这个中心没有处理好，其他一切都是妄谈。

张海良先生在《颠覆·中小企业成长之道》中打破了传统的企业管理思想，就中小企业在复杂竞争环境下的经营问题做了系统阐述。

宜读，宜思，宜纳。

——中国著名经济学家 艾丰　　中小企业要发展，首先要解决的是生存问题，然后再图发展。

张海良先生有着十五年企业一线的运营和咨询经验，总结得出“中小企业生存之道”，非常值得中小企业管理者借鉴。

——中国民营经济研究会会长、中国著名经济学家 保育钧　　中国大多数的企业是中小企业，把中小企业的问题研究好，才能真正推动经济的发展。

这是研究中小企业难得的一本好书。

——中国开发区协会会长 到培强　　现在的企业运营，没有公式可套。

不同阶段、不同行业、不同区域的市场应有不同的方法。

适者生存法则在自由竞争的市场中，应表现为善于调整自己。

《颠覆·中小企业成长之道》是张海良先生十多年企业研究、教学和实践的思想精髓，适于中小企业在进行决策时参考。

——中国政法大学商学院院长 孙选中　　没有最好，只有更好，方法亦是如此。

《颠覆·中小企业成长之道》没有教条，只讲适用性，内容朴素、实战性强。

——皇明集团董事长 黄鸣

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