

<<苏宁管理模式全集>>

图书基本信息

书名：<<苏宁管理模式全集>>

13位ISBN编号：9787307082175

10位ISBN编号：7307082179

出版时间：2010-11

出版时间：武汉大学

作者：逸凡//于晓娟

页数：261

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>

<<苏宁管理模式全集>>

前言

2008年底，国美“掌门人”黄光裕因涉嫌内幕交易罪入狱，“问题首富”的悲剧逐渐浮出水面，国美模式也因此遭受种种质疑，带给社会各界深深的反思。

自此，一向低调的苏宁走向台前，不断发力，向社会展示了一个负责任的大企业形象，进而超越国美，坐上了家电连锁的头把交椅。

国美曾扬言，家电零售连锁行业需要整合，没有条件创造条件也要把苏宁整合进来。

然而如今苏宁非但没有被整合，反而一跃成为中国家电连锁的领头羊，人们不禁要思考，在这场持久战中，为什么苏宁能赢？

1990年12月26日，成立于江苏南京市宁海路60号的一个不足200平方米的小门面房，其员工人数不足10人。

谁也料想不到，20年后，这里会是孕育出中国最大家电连锁企业——苏宁的发源地。

苏宁一直提倡竞争就像一场没有终点的马拉松，比的是耐力，靠的是扎实的内功。

20年来，苏宁不卑不亢，努力练好内功，采取先跟随后领先的战略，以速度决定高度的精神，执著于做中国的沃尔玛的宏伟志向，通过卓有成效的经营管理和改革，建立了优质的服务和营销管理体系，创立了一套卓越的企业文化体系，使得自身不仅站稳了脚跟，而且在同行业独占鳌头。

国美是中国商业连锁发展的急先锋和开拓者，当年黄氏兄弟建立国美后，开始大范围地在全国跑马圈地，不断打压“地头蛇”，不断压低上游供应商的供货价格，一度造成供应商怨声载道，甚至导致双方关系决裂。

为了实现快速发展，国美进行大举并购和开店相结合的方式，先后“吞下”了三联、大中、永乐等连锁品牌，这种“硬打硬进无遮拦”的行径在使国美实现高速扩张的同时，也埋下了隐患。

黄光裕的入狱就标志着国美“攻城略地”时代的结束。

<<苏宁管理模式全集>>

内容概要

本书全方位深入剖析苏宁管理模式，并且引用大量国内外企业界的成功案例及企业管理界的众多研究成果，追踪了诸多世界级公司的经营管理之道，将苏宁置于一个更为广阔的平台之上加以考察，目的就是探索企业成长中的共性问题，为中国企业的发展及商业连锁模式的经营提供可资借鉴的思路与方法。

<<苏宁管理模式全集>>

作者简介

于晓娟，资深财经记者，毕业于中国人民大学经济学院，专注于企业案例研究，撰写了大量财经报道和专题，发表于《人民日报》等国内知名报刊。

逸凡，自由撰稿人，毕业于中国人民大学，擅长企业案例分析研究，曾在某出版社做财经编辑，负责过多本财经畅销书的策划、撰稿工作。

<<苏宁管理模式全集>>

书籍目录

前言 为什么苏宁能赢第一章 战略管理模式 1.内生式增长 2.做社会化企业 3.构建和谐共生商圈 4.先跟随后领先 5.战略定组织 6.速度定高度 7.要做中国的沃尔玛 8.唯有专注才能成功 本章小结第二章 经营管理模式 1.首创反季节打款 2.1对8的较量 3.先大家赢后自己赢 4.7年三次转型 5.高效执行 6.3C攻略 7.不离主业扩大外围 8.集中决策 9.竞合是生存之道 10.竞争先礼后兵 11.时刻准备着应对危机 本章小结第三章 连锁管理模式 1.试水加盟店 2.做直营店是最优选择 3.连锁：既要连还要锁 4.成长靠连锁 5.后台决定前台 6.“四化”和“四清” 7.点线面立体组织架构 8.先吃肉后啃骨头的纵横之道 9.信息化构筑连锁竞争力 本章小结第四章 服务管理模式 1.一个中心、两个同心圆 2.服务是唯一的产品 3.顾客满意比天大 4.服务“四化” 5.全员服务和全员服务 6.5S：专业品质 7.阳光服务 8.零距离、个性化服务 9.终端服务四原则 10.设立全国服务日 本章小结第五章 市场营销模式 1.7P大营销 2.3C+旗舰店：体验营销 3.会员营销制造口碑效应 4.定制包销 5.挺进社区营销 6.提升单店盈利能力 7.E连锁：创新营销 本章小结第六章 人力资本管理模式 1.人为先，策为后 2.人品优先，能力适度 3.录用事业经理人 4.给高管上紧箍 5.人才培养工程 6.大胆提拔，不拘一格 7.自主培养，内部提拔 8.营造家的氛围 9.事业、情感留人 本章小结第七章 品牌管理模式 1.服务就是品牌 2.要知名度，更要美誉度 3.首创家电明星代言 4.打造视觉新形象 本章小结第八章 流程管理模式 1.自建物流同步化 2.IBM助力流程变革 3.建设SAP向国际看齐 4.整合供应链上下端 本章小结第九章 企业文化建设模式 1.制度重于权力 2.管理于无形 3.永不言败 4.以细节为导向 5.社会、企业和个人并重 6.要有感恩心 7.重目标、重结果 8.充分沟通 9.兼济天下 本章小结主要参考文献

<<苏宁管理模式全集>>

章节摘录

自成立以来，苏宁在给员工提供众多晋升机会的同时，也一直给员工提供具有行业竞争力的薪酬福利，并且每年给优秀员工提供汽车、住房等非常诱人的奖励。

汇源老总朱新礼说：“我用人的原则就是给员工提供一个公平竞争、展示才能的舞台，让大家‘八仙过海，各显神通’，不唯学历，不唯资历，注重业绩，能者上、平者让、庸者下。

”对于员工，不论学历和经验，只要为汇源的发展做出了贡献，朱新礼都会为其提供上升的平台。

这种宽松政策把大批精英招致麾下，为汇源的发展增砖添瓦。

苏宁的人才策略不唯学历不唯经验，而是看能力和潜力，看其是否能融入苏宁的企业文化。

这一点和华为极为类似，华为每年从大学校园中招聘许多大学生，为了让这些大学生得到锻炼，就把他们送到社会大熔炉里，首先让他们做市场。

任正非乐意重用刚迈出校门的大学生，因为他们单纯执著、充满激情、不怕吃苦、最肯牺牲。

华为内部有一个规则：一旦出现职位空缺或设立新职位，就利用内部招聘信息栏招聘，现场召开竞聘大会，每个竞聘者做15分钟的演讲，然后评委和听众当场提问，公司高层和专家组成评审委员会，根据竞聘者递交的竞聘报告、提出的方案质量、现场表现等进行综合评价，现场评分，当场任命。

这种“不拘一格”的做法，激活了华为的发展活力。

沃尔玛之所以能有效地调动员工的工作积极性，很大程度上得益于其晋升制度，这一制度使公司内部充满竞争气氛，促使员工不断进步。

沃尔玛员工升迁速度很快，很多员工经常是半年、一年就能得到提升。

在沃尔玛，只要在6个月的训练中表现良好，具有管理好员工和从事商品销售的潜力，公司就会给予机会。

如先做经理助理，或去协助开设新店等，如表现不错，就有机会单独管理一家分店。

原本沃尔玛公司的组织结构十分精简，没有一个多余的人手。

在准备开张某一新店时，就从其他分店抽调人手帮忙，开业后就由他们管理此店。

<<苏宁管理模式全集>>

媒体关注与评论

我曾经讲过一句话，苏宁要成为中国的沃尔玛，今天我再讲一句，苏宁要超过沃尔玛！

——温家宝管理就是服务，切忌权力本位；制度重在执行，切忌流于形式；奖惩依据结果，切忌主观印象。

——《苏宁企业基本法》靠吃兴奋剂比赛是没有用的，只有练好内功才能赢。

我知道这市场一定是我们赢的，铁定的，我要的是长远的东西，我认为是一个价值观的问题。

——苏宁集团董事长 张近东零售业是民族制造业进入世界市场的咽喉，而只有把握渠道的主动权。

才能够把握市场的主动权，如果这个渠道丢掉了，命运势必会掌握在别人手上。

零售业是一个关乎国家战略的产业，可以开放，可以多元，但必须是中国人自己主导的。

——张近东

<<苏宁管理模式全集>>

编辑推荐

《苏宁管理模式全集》编辑推荐：全面揭秘中国连锁之王做大做强的真谛，国美内耗不断，苏宁却在放手看自己到底能跑多快。

为什么苏宁能赢？

相比国美，苏宁有哪些胜出的条件？

<<苏宁管理模式全集>>

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>