

<<激情>>

图书基本信息

书名：<<激情>>

13位ISBN编号：9787500443278

10位ISBN编号：7500443277

出版时间：2004-3

出版单位：中国社会科学出版社

作者：(美) 戴维·S·博扎克, 特里·皮尔斯

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>

<<激情>>

内容概要

《Leaders工商管理译库·激情(创造激情四射的企业)》讲述如何在新经济条件下,用激情创建一个充满活力和朝气的企业。

在目前中国的许多企业中从经理人到员工往往都存在着士气不振的现象。

如何激起企业的活力,《Leaders工商管理译库·激情(创造激情四射的企业)》将是一个最佳读本。

《Leaders工商管理译库·激情(创造激情四射的企业)》为纽约时报、华尔街日报、商业周刊最佳畅销书!

<<激情>>

作者简介

作者：（美国）戴维·S.博扎克（美国）特里·皮尔斯 译者：胡泉 宋海晓

<<激情>>

书籍目录

作者简介让激情驱动企业成长平装版序言创造激情四射的企业文化第一篇文化核心地位——创造“鼠标+水泥”时代激情四射的企业文化第一章培育企业成长的文化以服务 and 客户体验定位企业文化传统产业下的新文化确定并声明价值:DNA,剧变的开始企业文化的四大影响借助互联网日复一日地建设企业文化从建立文化到维系文化第二章日复一日地维系文化文化建立的障碍广纳群贤网络沟通无限共同体体验团队合作以故事、形象及惯例形成共识招聘:壮大员工队伍从维系文化到以多元化增强使命感第三章通过多元化培养使命感我们的现状如何?我们是如何迈向男女平等的?追求正确的目标:激情驱使下的多元化多元化之企业案例恪守价值观提供内部支持:能者为师拓展机会从内部改革从以多元化培养使命感到领导艺术.....

章节摘录

书摘 同业中的花旗银行与预旅公司的兼并是一个十分巨大的项目，但我并不认为威尔和瑞德这两位首席执行官能完全意识到培育一种共有的企业文化的益处和难处。

在《商业周刊》的一次采访中，两位先生说的差不多。

瑞德特别提到他所关心的一点：“合并后的商业前景比我们所想像的还要好……（但是）在实现这一前景的过程中，人这部分的工作却比我所设想的更难开展。

”有关企业合并后的协力优势固然令人神往，而且未来几年很有可能实现这种理想境界，整个企业合并将实现平稳过渡，无缝对接。

但在80年代嘉信理财公司被美国银行并购时，我们就曾在一个小得多的规模里体会到了这种难处。

并购后资金规模的扩大显然是一大优势，但由此带来的文化差异问题却异常严峻。

回首过去，我们庆幸当时又把公司赎买了出来，并且围绕一系列核心原则进行了重组。

否则毫无疑问，嘉信理财公司将不会像现在这样兴旺壮大，而受惠于嘉信理财企业文化的几百万客户和数千名员工也将因此而失去重要的机遇。

文化凝聚力是一项组织原则，因为它能使你与志同道合者持久地结合在一起。

它威力惊人，值得为之赴汤蹈火、在所不辞。

尤其是在瞬息万变以致无法清晰展望未来的今天，这种文化认同更显其重要。

在嘉信理财，我们经常用“我们正朝西去”这句话来说明我们拥有一个明确的方向。

但有时我们也会觉得目标不够清晰。

这种不确定性能使人惴惴不安。

而对企业文化的信心是保证我们结合在一起的关键因素，即便我们正奔向一片遥远的未知领域。

一张人与实践的滤网 企业文化实际上是一个招募新人、配备职员及设计流程的工具，它可以根据公司的价值和目标，自然地过滤与之不相符的人与行为。

如果我们有着一套清晰的价值观作为行动圭臬，如果人们都信奉这些价值观，那么不管在任何情形下，我们都很有可能举措得当。

这也是一件好事，因为我们绝对无从为所有必要的举措都及时制订出行为手册。

再说，谁又能预见那位老妇人急于找到她的股票凭证，并为此写好一道又一道执行步骤呢？

诺思壮（Nordstrom）的流程手册中有一处反映企业文化的陈述，短小精悍，道出了部分精髓：“无论何时，你认为怎么最好就怎么 企业文化一方面拢聚志同道合者，另一方面也为对价值无法形成共识的人们打开了退场之门。

比如说，嘉信理财公司崇尚团队协作，一旦发现单兵作战，便会立即抵制。

所以你可以断定，任何一个当被要求为某一方案出谋划策时却回答“对不起，我没空——我不负责这件事”的人在嘉信理财是无法长久立足的。

最终，所有人的表现都是以协作能力来考核的。

一位价值的输出者 一种强有力的文化会把价值观传输给顾客。

哈利·戴维森公司造出了一种与众不同的摩托车。

它不是工程学上的杰作，却强有力地反映了一种风格和理念。

真正使哈利·戴维森摩托与众不同的不是其喷漆及材料，而更多的是公司与顾客共同体验的那种感觉。

。

哈利车族们与其说是买摩托车，倒不如说是买哈利公司的品牌，买那一种型号。

即便奔驰车的主人也不会把整个周末都花在参加一场由厂家组织的拉力赛上，去结识那些为他们装配调试车辆的人。

而哈利车族则会充满热情地去做这一切——他们嘲弄般地炫耀着这一型号的威力（这可是一种特立独行，超越其他所有型号的型号），一心想使持反对意见的车主加入他们的行列。

对他们而言，这是哪家公司已经远比这家公司生产什么更为重要。

事实上哈利·戴维森现在通过出售公司的文化衫比他们卖摩托车赚的还要多。

这一事例为企业文化的重要性下了一个不同凡响的——而且是无价的——市场脚注。

<<激情>>

成为某一“族”的一员甚至比使用某种产品更为紧要。

如何做到这一点呢？

围绕一个与众不同的理念，培养一种非同寻常的价值观。

查克·斯韦伯的确就是这样做的，而且一直如此。

有一天我与他同乘酒店的电梯参加一个高级管理部门的会议。

电梯里的另外一个人注意到是查克便向他请教了几个简短的问题。

查克似乎不愿放过他——不停地盘问那个人有什么需要、境况如何——直到我把他拽出电梯去参加会议。

可就在那一瞬间，我看到了查克心中激情的烈焰，正是这股烈焰照亮了他卓越不凡的公司。

他所做的每一件事情都带有强烈的个性色彩：他的规划，他对别人倾注的关怀，他的目标——本来这些东西都深藏在水面之下，而在那一刻却浮出水面，犹如一束激光点亮了电梯里的那个人。

借助互联网日复一日地建设企业文化 不幸的是，在企业文化落地生根并生生不息之前，它只能是一种概念。

下一章将讲述如何通过每天的工作，将生机注入概念之中。

简而言之：这是一项费力的工作。

我们的周围到处都有企业文化的标记……墙上的招贴，年报中的言论。

然而要知道它是否有效，惟一的办法就是观察和倾听。

在这一点上，互联网提供了一个极好的工具，它能迫使公司确保言行一致。

迪尔伯特（译者注：指代愤世嫉俗者）天天都有，无论是在网上还是在报端。

每天，公司的任何职员之间都可以便捷地进行沟通，交流他们对刚刚发生事件的感受。

他们能够以前所未有的方式聊天、抱怨，彼此鼓励。

简言之，曾几何时，公司的老总们在企业文化上形而上学，以为发表一通陈腔滥调便可万事大吉——这样的日子早已一去不复返了。

要真正激励员工，现在的举措就必须与先前的言辞保持一致。

如果不一致，互联网这一新兴的沟通工具将会提醒每一个人：皇帝的身上并无新装。

而运用得当，这一工具也能创造比以往更为强烈的积极效果。

我们听说了那次有券信托基金的故事后，就开始告诉别的员工，大约数小时之后整个公司便无人不知、无人不晓——其效果自然是积极的。

而一个消极的事件同样能够迅速传播，也许速度还要更快——其影响自然是消极的。

很久以来，我们就知道企业文化终究要通过员工的所作所为才能得以体现。

互联网凭借其惊人的速度和强大的渗透力，可以同时将消极或积极的影响放至最大。

它帮助我们尽可能广泛地告知及发动员工参与公司事务，而以往这些事务只有有限的几个人知晓。

我非常钦佩的一位先生曾对我们的企业文化有过一次最强有力的诠释，并且此举是在一个别人看来极为艰难的环境中做出的。

当时我不得不舍弃公司里最好的朋友，任命他人为总裁。

汤姆·塞普或许也会是一位不错的总裁，但我们当时认为还有其他更好的人选。

所以我让汤姆接受另一份委任，虽然不是公司总裁，却同样也是一个激动人心而且绝对重要的职位。

那次事件中让我们受益最大的是汤姆的一番话。

在失去他职业生涯中最大的一次提升机会的几个礼拜之后，汤姆来到公司高层管理团队前，讲出了一番肺腑之言。

.....

<<激情>>

媒体关注与评论

平装版序言《激情》初版时正是“网络经济”先后被风险投资商及赶互联网第一轮浪潮的股票交易所炒得灼热的一年。

互联网使许多事情第一次成为可能。

很多行业的进入障碍消失了，亚马逊书店和eBay就是“纯粹”虚拟经营的最佳模式，他们最低限度地利用有形设施，而主要通过互联网来开展经营。

思科、英特尔及其同行们通过提供构成网络支柱的硬件和服务而业绩卓著。

其他企业引领网上B2B(企业到企业)模式的潮流，通过互联网为面向最终用户的其他企业提供软件和各种服务。

还有一些企业计划发展新的商业模式，免费向用户提供各种有价值的信息，以其网站广告和广告主为创收来源。

人们狂热地寻找网络应用的新领域，并狂热地进行投资。

面对这一基本上自由开放且精彩新奇的国际网络，许多知名企业——尤其是那些一直在传统的“鼠标+水泥”环境中，通过开设商场、分支机构、办事处、办公室及仓库进行经营的企业进退维谷，不知所措。

这种对网络的渲染、激动和困惑构成了对我们写作的严峻考验，在这种情况下，许多公司得出结论：“鼠标+水泥”——把网络和实体相结合——才是正途，而像盖特威(Gateway Computer)这样的公司及诸如美林和潘韦伯等大型金融服务机构却如鱼得水，趁机通过商店或办公室以及网络为客户提供多样化的产品和服务。

尽管渠道多样化是必要的，却不是马到成功的关键。

关键在于企业经营者的激情，这是粘合整个企业的“水泥”，对任何类型的企业都是如此。

这也正是本书的中心议题。

现在来谈这一问题真是再适当不过了。

早在2000年夏，笔者有幸出席在硅谷举行的家庭晚餐会，会见许多网络公司首席执行官及风险投资商，当时大部分网络公司的股票在市场上正遭受重创。

晚餐会讨论的主题是：价值观、价值和估价(values, value, evaluation)，哪个最重要？在场头脑清醒的人最后得出结论：尽管估价(以预期收益为基础的市场资本化)看上去至关重要，而且价值(对客户的股票价值陈述)对于筹集更多资金也非常关键，但只有价值观本身(公司宗旨中所表述的原则)及企业创始人激励员工创造实实在在、富有意义的东西的魄力才能确保企业的成功。

互联网之于商界的影响主要有两方面：其一，它已成为一种崭新的，不受地域和政治限制的买卖和沟通渠道，在这一点上，互联网作为一种电子工具在营造各种关系方面尤为有效；其二，它扩大了员工和顾客个人的力量，使其得以令企业为自己的行为负责，使企业的凝聚力每天都接受考验。

无疑，它对企业领导者提出了新的更高的要求。

尽管互联网在不断改变着社会，我们原先设定的前提，至少大致上，至今仍然是成立的，因此我们对第一版的文字几乎未作任何改动。

不过在此我们想进一步澄清在第一版中所做的两处区分。

书中第一章阐述了文化的四大功能，而且认为功能一是根本的、不变的，而其他各项都是变化的，现在我们可以用下面这句话来表达这一观点：人们讨厌变化但都热爱进步。

二者的区别就在于有无目标性——由自觉建立的文化所带来的共同目标。

书中第四章认为，性格对外表和观念的依赖程度与其对现实的依赖程度基本一致。

现对这一观点重新解释如下：领导者通过动机来认识自己，而他人则通过对领导者言行的理解去认识他。

因此，尽管有些领导者本意要激励下属，而他的职位、体征、举止或行为却让人感到威胁而不是激励。

所以每个领导者不仅要对自己的动机负责，而且必须认识到别人对其动机可能的理解，而后因势利导，顺势而为。

<<激情>>

本书最后一章(“关于未来的对话”)的部分编写者已经改换了头衔和职位，因未对该章进行修改，故本书所列仍为他们当时的工作单位和职务。

写作《激情》一书的主要动机之一就是大面积撒种，以造就大变革时期成功的执行官和经理。在此，谨向克里斯蒂·唐及布雷森·怀特公司策划和执行小组的工作人员表示感谢，感谢他们创造并提供了这一极为成功的项目，其质量之高，影响之大，甚至超出我们的预料。前面有关本书的评论也表明这一小组所设计的“电影”事实上比本书更有说服力。

希望《激情》同时能为您的生活带来长久的价值。

于加利福尼亚，旧金山

<<激情>>

编辑推荐

《Leaders工商管理译库·激情(创造激情四射的企业)》由中国社会科学出版社出版。

<<激情>>

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>