第一图书网, tushu007.com

<<HOW时代>>

图书基本信息

书名：<<HOW时代>>

13位ISBN编号：9787545402414

10位ISBN编号：7545402413

出版时间：2009-7

出版时间：广东经济出版社

作者：多弗·塞德曼

页数：308

译者：陈颖

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

<<HOW时代>>

内容概要

在HOW时代，不仅要“放手去做”，更要“正确的做”“遵从规则”已过时，“超越规则”是杀手锏不仅考虑“能够做”，还要学会“应该做”。
安然、AIG、三鹿奶粉、国美等，接二连三的公司丑闻突然间让我们发现：自己比以往任何时候都更能透过现象看到事物的本质。
可以说，信息技术催生了“透明文化”，同时也宣告了全新的“HOW时代”的到来。
《HOW时代》提出了颠覆性的观点： HOW比WHAT更重要 在透明文化盛行的今天，产品和技术（做什么）极易被复制，而正确的方式（怎样做）才最具创造力。
企业也需要人浪精神 想知道大型体育馆内的人浪是怎样掀起的吗？
只要掌握了正确的方式，你也可以在自己的组织内部掀起一股自动循环的人浪，从而使企业获得持续发展的永动力。
企业DNA需要自我管理 企业文化就如同企业的DNA，具有创造、修复、复制和传承的功能；而“自我管理式”文化可以成为优良的企业基因，同时也是掀起人浪的最佳途径。
管理者素质需要重新排序 诚信、谦逊、实事求是、富有激情——这些以往被视为可有可无的“软素质”，开始成为管理者“名利双收”的“硬通货”。

作者简介

多佛·塞德曼是哈佛法学院硕士、加州大学哲学硕士、牛津大学哲学、政治学和经济学学士。
他经常应邀出席行业高峰论坛，企业高管培训会和董事会并作主题演讲，其观点被数以百计的媒体引用。

多佛·塞德曼频频亮相于《早安美国》、《商业周刊》、《纽约时报》等知名媒体。

1994年，多佛·塞德曼创建了LRN公司，该公司致力于为型企业提供合规与职业道德方面的咨询与解决方案，在行业内始终保持领先地位。
由多佛·塞德曼首创的“方式”管理理念风靡全球100多个国家，已帮助1000多万人从商业竞争中脱颖而出。

目前，全球500强企业中有200家是LRN的客户，包括迪斯尼、麦当劳、强生、易趣、宝洁、维亚康姆、诺斯通、3M公司、陶氏化学、雷神等。

<<HOW时代>>

书籍目录

致中国读者信.托马斯·弗里德曼《纽约时报》评论 权威媒体推荐 序言 第一部分 我们的昨天，我们的演变 第1章 信息爆炸催化商业模式变革 壁垒制度的消亡 电报、电话、光缆——通信方式的演变 世界是怎么变平的 第2章 谁说通信技术带来的全是进步 人际沟通紧密化 人人都能“亲密接触” 现代通信技术真的无所不能吗 透明化时代 永远抹不去的网络污点 我们已无法回头 第3章 为什么方式越来越重要 “想做就做”的时代 变数，一切都充满了变数 规则的软肋 方式制胜 通过方式取得进步第二部分 我们思考的方式 第4章 发挥本我，尽你所能 18个月大的婴儿热于助人 封面一张纸，当场定生死 信任唤起信任 价值观的演进 顽固的信仰 第5章 转变观念：从“可以”到“应该” 规则能规范人的行为吗 与规则共舞 语言先于思维 解锁“应该” 从“规则”到“价值观” 第6章 超越成功，超越自我 心不在焉 小失误，大损失 认知失调的消极作用 怎样做到认知和谐 摩擦内耗 消除一切干扰第三部分 HOW时代的行为方式 第7章 追求透明度 超越代理物和替代品 信息曝光改变企业行为方式 How时代，谁主沉浮 透明催生信任，道歉赢得转机 真诚展示，弱势变优势 弱点就是力量 第8章 信任 信任——软素质、硬标准 极限有多远 非一般的旅行（TRIP） 别样的TRIP 开始旅行 信任是剂解毒良药 信任，但要核查 第9章 名誉，名誉，名誉 连线世界中的名誉 名誉资本 不当的名誉管理 自新的机会 插曲：我与万宝路男人的故事 第四部分管理方式的蜕变 第10章 文化：企业的DNA 企业文化：一切方式的总和 企业文化的频谱 4种企业文化 企业文化的5个“方式”特性 第11章 剖析自我管理式企业文化 自我管理式企业文化顺势而生 自由并不意味着无政府主义 斯维尔试驾企业文化 自我管理式企业文化填补管理鸿沟 实践价值观 新文化之旅 自我管理引领商业经营的方向 第12章 全新的领导力理论框架 伟大的领导力 我说故我在 领导力框架的5个核心 无尽的循环——最初的梦想 续说领导力理论框架 无尽的循环——回到起点后记 尾声致谢读者感言译后记

章节摘录

1981年10月15日，历史的一刻　　1981年10月15日，奥克兰市体育馆的门票已销售一空。
时值美国职业棒球大联盟季后赛，奥克兰运动家队与纽约扬基队之间的第三场较量，奥克兰运动家队已经连负两场。
此时看台上挤满了观众，而克拉茨·乔治·亨德森（Krazy George Henderson） 也将在这里被载入史册。
克拉茨·乔治是一位职业拉拉队队长，受雇于运动家队近3年时间。
与花里胡哨、蹦来蹦去的大学拉拉队队员们不同，穿着短裤和运动衫的乔治有节奏地敲着面小鼓，一个人在体育馆过道上跑上跑下。
他那罗宾·威廉姆斯般的狂热气质和一头爱因斯坦式的卷发总能带动主队球迷疯狂的呐喊助威。
“加油，奥克兰！
加油！
”　　这一天，球迷的口号跟以往没什么两样，可乔治却制造出一个巨大的、能够从他所在的看台区开始，并持续席卷整个体育馆的激情洋溢的波浪。
这个创意具有历史意义：1981年10月15日，克拉茨·乔治·亨德森发明了人浪。
　　我一直为人浪所倾倒，所以就找到克拉茨·乔治，请他讲述第一次制造人浪的经历。
“首先，我开始敲鼓，这吸引了附近三四个看台区上球迷的注意力。
这是我能成功的秘诀。
敲鼓表达了我的激动与兴奋，会告之我是他们中的一分子。
我敲着鼓在整个体育馆不停地来回奔走。
目睹我的汗水，他们也能感受到作为一名忠实球迷的激情——真心地热爱着这项运动，并喜欢他们的主队，而这也刺激他们释放出自己的激情。
　　“接着，我必须把自己的设想传达给球迷，并设法动员每一个人。
因为缺少了一个人它都不会成功，这才是关键。
于是我一边敲鼓，一边扯着嗓子喊到：‘接下来，大家都照我说的做。
从这个看台区开始，每个人伸直手臂站起来。
下个看台区会跟着我们做！
’接着，我跑到下一个看台区，对那边的球迷喊道：‘我一喊开始，大家也开始跟着做！
’　　“我知道这道人浪肯定会中止，只是不确定在消失之前它能持续多久，但毕竟之前还从未有人见识过。
所以我就给大家提前打气说，一旦第一波人浪中止，请附近这3个看台区的球迷用最响的声音喝倒彩。
尽管我一人的声音不行，但我相信，集体发出的声音足以让全场的观众听到我们想做什么。
接着我尽全力喊道：‘我数到三，这个区域第一个起立，接着是你们，然后是他们！
’我知道这会奏效。
然后，我喊了开始。
第一个看台的球迷站了起来，在空中挥舞起手臂……然后是第二个看台……人浪持续了大概5个看台区后，声势逐渐变小，最后完全停止——人们都还在专注地看比赛，没注意周边的看台，第一波人浪就这样消失了。
　　“此时，事先约定的3个看台区一片哗然，而我也在用力敲鼓，同时振臂高呼。
虽然对面看台的观众听不到我在说什么，但他们能听到鼓声，也可以看到我挥舞的双臂和鼓槌，从而开始了解我的用意。
于是我发起了第二波人浪，这一次持续了11个看台区，大约是全场座席的1/3，直到本垒板后面才消失。
突然，我听到较之前一次更响的哗然，有6～8个看台区的球迷在一齐喝倒彩。
这一举动吸引了全场观众的注意，也让他们明白了我想要他们干什么。

于是我没说让我们再‘试’一次，而是喊道‘让我们再来一次！
’然后第三波人浪便开始了。
“我环顾四周，发现整个体育馆上下3层看台区的观众都被发动起来。
大家统一起立，伸展了手臂，一道气势磅礴而又激情四射的人浪刮过本垒区，席卷了整个体育馆，人人都在呐喊尖叫。
这一波人浪持续了整整一周，从本垒一直到外野后又回到我们这边。
波浪还在持续，而且变得更加有力。
所有的球迷都疯狂起来，这种场景真是史无前例。
“当时，正好轮到奥克兰队的左外野手里奇·亨德森（Rickey Henderson）击球，他因出色的盗垒能力而得名‘盗垒王’。
在看到头顶一圈又一圈波浪后，他迈出击球区，一边调整手套，一边观察人浪。
整整2分钟，他只是站在那里，摆弄他的手套。
不知道2分钟内这股人浪绕了多少圈——4圈、5圈或是6圈吧——它就是如此的声势浩大。
“人浪过后，观众的情绪明显变得更加兴奋，他们知道自己为主队帮上了忙。
在接下来为主队防守加油助威中，由于充满了活力，球迷们的声音宏亮了很多。
时至今日我仍然可以清晰地回想起那幕景象。
不论在体育竞技场地还是其他场合，人浪总能为参与者带来能量和激情。
球迷会因此觉得自己不仅是比赛的一部分，还为比赛增光添彩。
”……

媒体关注与评论

我在《世界是平的》（3.0版）和《世界又热又平又挤》中的某些观点深受多弗。塞德曼的启发……这场经济危机的根源就在于人们没有找到正确的“方式”……可以说，《HOW时代》是一本指导新时代企业获得持久发展的管理宝典。

《世界是平的》作者 托马斯·弗里德曼

如今的市场环境已经变得透明化、连线化和全球化，而“方式”是当今商业竞争中一种独特而强有力的取胜途径。多弗·塞德曼为我们总结的正是在这样的市场环境下的成功经营之道。

辉瑞集团董事会主席兼CEO 杰弗里·金德勒

在当今世界里，“方式”能为我们提供前所未有的前进能量。我建议每一位想要在商业或生活中取得长远成功的人都读一读本书。

麦当劳公司CEO 吉姆·斯金纳

多弗·塞德曼通过一种革命性的方式为读者呈现了在当前世界里应该通过什么样的方式去设想、追求以及体验成功。

高盛集团首席学习官史 蒂夫·克尔

编辑推荐

《世界是平的》作者奉其为“企业持久发展的管理宝典”，帮助200家全球500强企业，获得核心竞争优势的管理理念。
掌握正确方式，激发持久激情，掀起循环人浪。
商场不再如战场，商场更需要协作，信任不再隐含风险，诚信才是经营根本，文化不再偶尔为之，应由人人参与建设。

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