

<<赢在品质>>

图书基本信息

书名：<<赢在品质>>

13位ISBN编号：9787806668634

10位ISBN编号：7806668632

出版时间：2007-10

出版时间：广西科学技术出版社

作者：苏比尔·乔杜里

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>

<<赢在品质>>

内容概要

创新，正如国际知名的质量管理大师苏比尔-乔杜里指出的那样，是美国企业DNA的一部分。在创新能力和将创新观点转化成为前卫产品方面，其他任何国家都无法与美国比肩。尽管美国企业在将各式各样的新产品推向市场，但是，他们很快又从这些市场上败下阵来，因为后来居上的国家知道怎样用更短的时间、更低的成本来生产出更高品质的产品。日本和韩国的企业因为注重品质而统摄了市场，而美国企业总是需要依靠创新才能维持领先优势。

《赢在品质》言简意赅却令人信服地讲述了小镇上的一家冰激凌生产商在遭遇经营危机后，通过企业转型成功地将产品打入了一家全国连锁超市的故事。通过这个故事，苏比尔-乔杜里向我们揭示了应该如何将品质注入我们的文化，注入我们的产品，注入我们的营销和我们的服务之中。

就像《鱼》《谁动了我的奶酪?》等经管畅销书一样，《赢在品质》一书向我们揭示了实现卓越的通行法则，它能帮我们解决企业所面对的严峻挑战。

<<赢在品质>>

作者简介

作者：(美)苏比尔·乔杜里 译者：蒋旭峰 刘佳 苏比尔·乔杜里是《六西格玛的力量》《六西格玛设计》等全球畅销书的作者。

国际质量管理界公认的知名专家，美国供应商协会执行副会长，曾被美国质量协会的《质量发展》杂志评为“21世纪质量代言人”。

作为ASI咨询集团总裁兼首席执行官，他经常为《财富》100强企业的首席执行官和高管、各国私营及公共部门的高层人士提供咨询建议，帮助他们将品质融入公司文化。

他的作品经常被美国和国际媒体转载。

书籍目录

Chapter 1 一桶冰激凌Chapter 2 学会倾听Chapter 3 LEO战略的奥秘Chapter 4 我们不需要史蒂夫·乔布斯Chapter 5 力求完美Chapter 6 收获的季节

章节摘录

插图

<<赢在品质>>

编辑推荐

《纽约时报》、亚马逊网上书店畅销书 全球畅销书《六西格玛的力量》《六西格玛设计》作者苏比尔·乔杜里精心打造 全球畅销书《未来的领导者》《一分钟经理人》作者鼎力推荐 会改变组织和个人对待工作态度的宝典 全球畅销书作者苏比尔·乔杜里精心打造苏比尔·乔杜里是《六西格玛的力量》《六西格玛设计》等全球畅销书的作者。

国际质量管理界公认的知名专家，美国供应商协会执行副会长，曾被美国质量协会的《质量发展》杂志评为“21世纪质量代言人”。

作为ASI咨询集团总裁兼首席执行官，他经常为《财富》100强企业的首席执行官和高管、各国私营及公共部门的高层人士提供咨询建议，帮助他们将品质融入公司文化。

他的作品经常被美国和国际媒体转载。

他们真诚推荐这是一本佳作，每位职场人士都应该读读《赢在品质》这本书。

——克莱斯勒汽车公司企业质量副总裁史蒂夫·瓦拉卡斯这本商业宝典尽管篇幅不长，但是寓意深厚。

如果让我只推荐一本品质管理方面的书籍和一位作者，那么我会毫不犹豫地推荐《赢在品质》和苏比尔·乔杜里。

——全球畅销书《未来的领导者》作者马歇尔·戈德史密斯“这本书太棒了！”

它告诉我们只要全情投入工作，努力提升品质，就能在工作中取得惊人的神奇结果！

——通用汽车公司品质战略总执行官李·A·穆迪没有晦涩的术语，没有长篇大论，作者将现代企业管理理论与实践的绝大多数智慧压缩至薄薄的这本书之中，无论是最高管理者，还是一线的员工，这本书都不可或缺。

——华盛顿邮报苏比尔·乔杜里的目标就是让品质流淌于美国企业的血液之中。

《赢在品质》是我们通往这条道路上最伟大的举动。

——全球畅销书《一分钟经理人》作者肯·布兰佳“这本书可谓完美！”

企业的领导人能从其中学到不少有用的课程。

在轻松阅读中，却又能发人深省。

这本书告诉我们领导力，特别是品质管理中的基本领导知识，放之四海而皆准。

——通用汽车公司欧洲总裁弗雷德里克·海得森《赢在品质》成了底特律的圣经，它马上提升了我们的期望与自信。

这种大胆的自我改进，甚至是无所顾忌的敢做敢为，正是这个迟暮的地区需要的精神。

——底特律新闻我把这本书发给了员工，并将应用它在未来实施变革。

这是8CR网站未来计划中重要的一环。

——www.800ceoread.com首席运营官杰克·康沃特本书让我们从一个有趣的角度重新评价每天的工作。

——美国参议员约翰·撒内创新，正如国际知名的质量管理大师苏比尔·乔杜里指出的那样，是美国企业DNA的一部分。

在创新能力和将创新观点转化成为前卫产品方面，其他任何国家都无法与美国比肩。

但是，尽管我们在将各式各样的新产品推向市场，我们很快又在这些市场败下阵来，因为后来居上的国家知道怎样用更短的时间、更低的成本来生产出更高品质的产品。

日本和韩国的企业因为注重品质而统摄了市场，而美国企业总是需要依靠创新才能维持领先优势。

本书讲述了一个小镇上的一家冰激凌生产商——奶油冰激凌公司在遭遇经营危机后，身为生产部经理的彼得虚心求教，通过与员工同心协力贯彻“LEO战略”（即倾听-丰富-优化战略，倾听顾客的心声，丰富自己提供的产品和服务，优化顾客的购物体验），最终使企业成功地将产品打入了一家全国连锁超市的故事。

通过这个故事，作者向我们揭示了应该如何将品质注入我们的文化，注入我们的产品，注入我们设计、打造和营销的服务之中。

《赢在品质》篇幅短小精炼，书中蕴涵的道理却能让读者在工作和学习中受益匪浅；它所述故事浅显

<<赢在品质>>

易懂却寓意深刻，向读者揭示了实现卓越的通行法则，能帮人们解决企业所面对最严峻的一个挑战。

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>