

<<用爱经营>>

图书基本信息

书名：<<用爱经营>>

13位ISBN编号：9787807060338

10位ISBN编号：7807060336

出版时间：2005-05

出版时间：上海远东出版社

作者：谭地洲

页数：218

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>

<<用爱经营>>

内容概要

坎普拉德认为领导艺术中最重要的因素是“爱”，将情感优势用在员工的身上，作为团队的领导，会使整个企业成为家族的情感联系。

拥抱与之共事的人，地坎普拉德一生中最喜爱的一个创举。
当他即将退出宜家“掌门人”的位置时，他更加坚信这一点：拥抱可以使公司继续存在。

<<用爱经营>>

书籍目录

PART 1 坎普拉德，“宜家之主” 1 少年梦想 冒险的血统 经商的天赋 长辈的影响 2 宜家诞生 17岁的老板 家具经销商 公司就是家 3 艰难发展 遭遇阻击战 命运转折点 信仰的危机 4 一家之主 婚姻与家庭 子女的培养 抠门的富翁

PART 2 IKEA，一种精神象征 1 宜家结构 “有形的手” 宜家龙世界 宜家国际化 2 管理哲学 拥抱的艺术 失败是朋友 节约和环保 3 “宜家人” 宜家智囊团 首位设计师 圣诞节派对

PART 3 IKEA，一个品牌标志 1 品牌定位 家居新时代 宜家的LOGO 宜家三原色 2 产品特点 设计与生产 产品与材料 “邦格杯子” 3 品牌传播 最初的广告 “目录文化” 借媒体传名

PART 4 大众，宜家特色营销 1 贩卖生活 “大众家居” “体验购物” 宜家专卖店 2 质优价廉 逆向定位法 低生产成本 低物流成本 让利与优惠 3 服务至上 没有营业员 宜家餐饮部 儿童的世界

PART 5 亚洲，宜家的新战场 1 进军亚洲 稚嫩的孩子 一块大蛋糕 最大采购国 2 亚洲战略 低价格战略 文化同质化 黄色和蓝色 3 迎接挑战 “曲高和寡” “水土不服” “亲山乐水”

PART 6 坎普拉德的成功之道 成本控制 宜家目录 决胜终端 品牌经营 体验式营销 自由至上 宜家精神 坎普拉德的“宜家年表”

<<用爱经营>>

媒体关注与评论

书评美国《商业周刊》最新的品牌调查显示，瑞典家居零售巨头宜家公司(Ikea)为全球前50名最知名品牌之一，名列第四十三位，其品牌价值为560亿克朗(约合70亿美元)。

一手打造宜家公司的英格瓦·坎普拉德，1926年出生于瑞典南部的埃尔姆胡特。

现在，埃尔姆胡特已经成了宜家的总部所在地。

很小的时候，坎普拉德就表现出非凡的经商兴趣与才能。

5岁时，他曾用火柴盒与小伙伴进行价格谈判。

长大一些后，他卖过手表和尼龙袜子。

17岁要去商学院读书前，他突然萌生了成立自己的公司的想法。

可是，按照瑞典的有关法律，未成年人是不能注册公司的，必须争取到监护人的许可才行。

于是他骑着自行车，长途跋涉几个小时，在一个名叫阿根纳瑞德的村庄找到了非常支持他的叔叔。

在散发着浓郁咖啡香味的厨房里，他们填写了所有的申请文件，并贴上一张10克朗的邮票寄给了郡政府。

坎普拉德当时就决心将自己的整个生命奉献给这个公司，因而给公司起了宜家这个名字。

宜家是取4个人名/地名的第一个字母拼合而成。

“I”是英格瓦(Ingvar)他的名字，“K”是坎普拉德(Kamprad)，“E”和“A”则分别是他出生的农场艾尔姆塔里德(Elmtaryd)和叔叔居住地阿根纳瑞德(Agunnaryd)的第一个字母。

坎普拉德最爱说的一句话是：“只要我们动手去做，事情就会好起来。

我们的生活就是工作，没完没了的工作。

”他说：“是勤奋工作装点了宜家的生命”。

宜家是一家典型的家族企业，一切都由坎普拉德说了算，他从不希望自己的公司进入股市，不愿意接受股东们的控制。

坎普拉德觉得，公司不缺钱，没必要上市自找麻烦。

现在，在宜家总部，你已经很少能见到坎普拉德的身影，他在瑞士一个较为温暖的地方养老。

早在1986年，他就将公司的大权移交给了自己的儿女，移交时并将公司资产拆成三份，以确保任何子女都无法动摇公司的根基。

不过，每遇公司有重大决策，儿孙们仍要聆听他的教诲。

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>