

<<在中国做咨询>>

图书基本信息

书名：<<在中国做咨询>>

13位ISBN编号：9787111188940

10位ISBN编号：7111188942

出版时间：2006-5

出版时间：机械工业

作者：王颖

页数：222

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>

<<在中国做咨询>>

内容概要

本书作者结合十多年在中国市场的咨询实践，采用“案例+理论+方法”相结合的形式对中国企业的管理变革进行了深层解析，通俗易懂的语言，深入浅出的分析以及国际咨询者的专业视角，为企业的管理变革提供了极具价值的实战策略和方法，对企业的高层管理者有着积极的指导和借鉴作用，是企业管理变革执行者和管理变革推动者的行动指南。

同时，本书融合了对中西方文化及中外企业管理的差异的解读，并就中国咨询服务模式提出了全新的思考和探索，对中国管理咨询业的健康发展有着积极的推动作用。

读者对象：企业高层管理人员、管理咨询从业人员。

<<在中国做咨询>>

作者简介

理实国际咨询集团执行董事，理实国际咨询集团中国区董事长、理实国际竞争力研究中心主任，国际注册咨询师（CMC）、加拿大咨询协会会员、中国科技咨询业协会常任理事、北京科技咨询业协会副理事长、清华大学客座教授。

专长于战略和企业变革管理，对转型期企业战略定位、组织变革、跨文化管理有深入研究，提出了“基于行业结构调整的战略设计”、“职业化管理平台（PMS）的战略规划”和管理提升模型等多项管理方法。

曾为惠普、三星、美国APC、美国东方生物、世博集团。创维集团，新中铁快运、李宁公司、航天科工集团、北大方正、国家科技部、四环医药、京城控股等上百家大型企业集团提供过咨询服务，结合多年的咨询实践及对中外管理咨询的深入研究，提出“基于价值实现的咨询服务模式”，对提升咨询服务价值有着极大的推动作用。

<<在中国做咨询>>

书籍目录

序言前言第一章 共识——咨询成功的基础 / 1一、企业何时需要咨询 / 2二、6大咨询认识误区 / 7三、咨询的价值 / 11四、咨询双方是舞伴关系 / 17五、企业永远是变革的主角 / 23六、咨询报告不等于咨询服务 / 28七、咨询价值不能过于追求量化 / 30八、标准化的咨询方案是不存在的 / 33九、经理人真的“不会做管理”吗 / 37第二章 差异——中国咨询模式创新的源泉 / 41一、企业管理带有鲜明的文化特征 / 42二、文化差异引致管理行为的不同 / 45三、中国传统管理的两个核心问题 / 48四、管理咨询需要与中国文化有机对接 / 55五、解决问题背后的问题——以人员流失为例 / 60六、咨询顾问与经理人的互动(一) / 67第三章 模式——咨询成功的重要保障 / 77一、咨询模式 / 78二、营造变革氛围 / 86三、互动作业 / 93四、培养“接力手” / 98五、扶上马，送一程 / 103六、“活用”咨询原则 / 106七、咨询顾问与经理人的互动(二) / 110第四章 实践——与客户一起将咨询服务进行到底 / 117一、战略质询会——推动战略实施 / 118二、指标质询会——达成业绩共识 / 125三、推动薪酬方案落地——让激励发挥作用 / 130四、统一用人标准 / 132五、推动企业文化稳健着陆 / 136第五章 共赢——咨询公司与客户共成长 / 141一、咨询的力量 / 142二、成长在咨询实践中 / 144三、需求是模式创新的源泉 / 148第六章 追求——造就精彩咨询人生 / 153一、诚信造就咨询业百年品牌 / 154二、真诚、用心、负责 / 158三、营造咨询高势能 / 161四、打造咨询五子登科 / 166五、把咨询当成自己的志趣 / 172六、因为热衷，才会飞得更高 / 174附录 / 179附录A 变革之战——咨询公司与合作 / 180附录B 中国式管理——中国咨询业无法超脱的生态环境 / 193附录C 游离与融合——关注咨询中的价值转移 / 203附录D 理实国际咨询集团介绍 / 221

<<在中国做咨询>>

编辑推荐

本书作者结合十多年在中国的咨询实践，基于对中外文化和中外企业管理差异的分析，本着解决客户管理问题，实现咨询价值的出发点，就适合中国企业的咨询服务模式提出了全新的思考和探索，同时还与读者分享了问题诊断、问题解决、咨询思维以及管理技巧等多方面的管理经验，是企业借助咨询进行管理变革的行动指南，也是中国企业近距离感受咨询互动的一本好书。

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>