

<<戴尔文化>>

图书基本信息

书名：<<戴尔文化>>

13位ISBN编号：9787300106212

10位ISBN编号：7300106218

出版时间：2009-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：毛世英

页数：251

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>

前言

企业文化是公司竞争取胜的软实力。

硬实力（如机器设备、技术水平等）看得见、摸得着，是企业竞争取胜的基础。

软实力（如企业宗旨、使命感、核心价值观、企业精神、企业伦理、企业形象等）是企业内在实力的体现，只能用思维去把握，却是核心竞争力的根本性、决定性力量。

软实力是导向力、吸引力和效仿力，是一种同化式的实力，具有超强的扩张性和传导性，对人们的生活方式和行为准则产生巨大的影响。

《世界强中强企业文化丛书》的基本任务，就是要具体揭示世界强中强的企业是如何打造这种软实力，从而领先于全球的。

企业的核心，就是企业价值观念体系。

总结世界企业发展史，优秀的企业打造过三种类型的企业价值体系：第一种是体面生存至上的企业价值体系，它体现着一种难能可贵的自强精神，保证了企业在外界进行严密经济封锁、竞争对手凶狠抢逼围的条件下，仍然能够体面地生存下来，发展起来；第二种是阳光利润至上的企业价值体系。

<<戴尔文化>>

内容概要

本书从经营模式、组织结构、销售与服务、团队建设、物流管理、全球化战略等方面，对戴尔公司的企业文化进行了一次全面系统的扫描和探析，结合戴尔公司的成长历史，概述了其与IT行业发展的时代脉搏紧密相连、不断创新的发展历程，揭示了戴尔文化所呈现的人本性、独创性、先进性、多样性和综合性等特色，力图从企业文化的视角，为读者全面了解和认识戴尔真相提供有益的启示和借鉴。

在IT企业的英雄榜中，戴尔的迅速崛起和非凡业绩最为与众不同：它是靠着在业界少有人重视的直销模式起家，在经营实践中以精益求精的创新精神将直销模式不断改进和完善，并在全球化进程中构成了戴尔核心竞争力的关键要素——定制化、低成本、高效率的标准化作业流程和全球供应链管理系统，而且在客户服务、组织管理、团队建设、业务本土化以及参与慈善公益环保等方面，都体现了自身独特的企业文化风采。

从而成为一家不靠核心技术创新优势也同样在业界称雄、竞争实力强大的高科技公司。

戴尔的经营理念和商业模式被众多公司纷纷效仿，但皆未见成功。

2006年以来，戴尔公司开始变革销售渠道，在原有直销模式基础上大胆创新，其进展和成败将成为业界密切关注的焦点。

本书可作为各行业企业家、高中层管理者的案头参考书，适用于全国各经济管理院校的广大教师和本科生、研究生、MBA和EMBA，也适合各级政府经济管理部门的研究人员和管理人员，以及对企业文化感兴趣的广大读者。

作者简介

毛世英，1991年毕业于北京师范大学哲学系，获哲学硕士学位。

现任辽宁社会科学院哲学研究所研究员。

近年主要从事企业文化、科技创新、应用哲学以及营销、管理等方面问题的研究。

他著有《企业服务哲学》；译有《增加销售的12种核心技术》、《在线营销》及《营销基础》等；主编《文化·产业·创新》和《发展中的哲学问题》。

<<戴尔文化>>

书籍目录

第1章 戴尔直销模式的革命性创新 戴尔对直销模式的发现 少年戴尔及其对直销模式的早期探索 直销模式的正式创立 从直销模式1.0版到1.1版 确立黄金三原则 库存危机及其教训 “奥林匹克”计划的流产及教训 误入零售渠道的教训 直销模式的类型、特点和优点 直销模式的类型 直销模式的性质及其相对于传统分销的特点和优点第2章 网络直销：戴尔直销模式的二次革命 网络营销对传统营销的观念变革 创新直销理念实施二次革命 对网上客户实施细分化策略 在全公司普及网络知识 在网络直销实践中不断创新第3章 精细化的服务文化 将直销作为增加客户价值的服务方式 研发和生产真正以客户价值为导向 直接对话 了解客户和自己 倾听客户意见 迅速做出回应 善用网络等媒介 积极与客户互动 客户细分化 服务精细化第4章 与客户战略结盟的伙伴关系文化 根据最佳客户意见增加价值 创造双赢机会 共同节约成本 在科技产品上充当客户的好顾问 以客户为老师 重视延伸服务、风险投资和销售代表 真诚合作 恪守承诺第5章 虚拟整合与高效执行的物流管理文化 以“需求—供给”模式取代“供给—需求”模式 对库存观念重新予以信息化诠释 供应链观念的全新变革 与供应商建立互补双赢的战略伙伴关系 借力使力，善用“外包” 达成观念共识，建立互补合作关系 选择少数供应商，缔结稳定“婚姻” 为供应商提供数字化合作目标第6章 重视人才培养的团队文化 人才招聘以务实和创新为特色 基于需要不拘一格招人才 招聘认同企业文化的人才 重视应聘者的潜力和创新能力 聘用人才时签署保密和竞业禁止协议 围绕企业B标提高员工综合素质 以持续的培训增强员工素质 在全体员工中倡导“老板”意识 将员工利益与公司目标相结合 营造直接对话的开放式沟通氛围第7章 鼓励创新的学习型文化 以提出问题作为学习的起点 训练员工的创新思维能力 鼓励实验和冒险的纳新精神 始终保持谦虚和自我批判的态度 直面现实问题的客观态度 研发以客户价值为导向 利用“头脑风暴”会议集思广益 常办研讨会向客户“取经”第8章 与时俱进的管理创新文化 创建靠事实和数据说话的评估和汇报制良 创建工作细分化制度 剑建责任分明的“双主裁”制度 以360度考核法促进员工的协作和进步 创建业务流程改善(BPI)模式 在危机中反省寻找“戴尔灵魂”第9章 走向全球化的营销文化 以直销进军英国 迈开全球化首步 “先瞄准后射击” 步步为营前进 入乡随俗 实施本土化措施 树立全球公民理念 关注当地社会发展 变革渠道 向零售市场进军第10章 全球化营销中的标准化理念与战略 标准化对全球化时代企业生产和经营的意义 戴尔全球标准化战略的价值取向 将标准化作为提高生产和经营效率降低成本的有效手段 将标准化作为执行戴尔个性化直销策略的基础 将标准化作为与供应商合作、保持和提高供应链效率的重要条件 将标准化作为做好客户沟通、维护和增加客户利益的服务方式 戴尔标准化的企业文化特色第11章 聚焦客户而非竞争者的求胜文化 差异制胜 将直销作为竞争的看家宝 抓住根本 把竞争重心敏到客户身上 以优对劣 发挥直销的差异性优势 以柔克刚 跟对手“玩柔道” 洞烛先机 走在竞争者前面 超越自我不断向更高目标挑战 寻求极限将执行力贯彻到细节层面第12章 彰显企业社会责任的爱心文化 将企业社会责任作为企业的使命 将慈善捐赠与企业发展结合起来 为用户提供免费电脑回收服务 危机事件的处理原则：将客户利益放在首位主要参考文献后记

章节摘录

然而，到了1989年，互联网开始出现变革。

当时在欧洲粒子物理研究所（CERN）工作的英国科学家蒂姆·伯纳斯·李（Tim BernersLee）提出了建立“万维网”的设想，第二年他开发出世界上第一个网络服务器（Web Setver）Httpd和第一个客户端浏览编辑程序WorldWide Web（WWW），同年12月，欧洲粒子物理研究所首次启动了万维网并成立了全球第一个WWW网站，到了1991年万维网已经开始在全世界得到广泛应用。

万维网（WWW，World wide Web，或称为环球信息网、环球网、全球资讯网等），是第一个能实际应用于国际互联网（Internet）上的超文本系统，也就是国际互联网上那些支持WWW协议和超文本传输协议HTTP的客户机与服务器的集合，它为网上用户提供了以简单方式存取其他计算机中超媒体信息的方式，通过它可以访问分布于世界各地Internet主机上的超媒体文档，内容可包括文字、图形、声音、动画、资料库以及各种软件。

由于国际互联网上的Web站点可以透过超链接（Hyper link）与其他Web站点相连接，如此编织的信息网扩展到全球，就形成一个拥有巨大信息含量的环球信息网，以致人们通常已经习惯于把万维网（WWW）与国际互联网（即因特网，Internet）当作同一个词来使用。

现在人们通常所说的“上网”、“上互联网（或因特网）”，实际上就是说的“上万维网”（本书一般也在与万维网同样的意义上使用互联网或因特网一词）。

这里特别要提到万维网的发明者蒂姆·伯纳斯·李，他的发明举世皆知，但他的名字对于广大网民来说却很陌生，甚至从未听说过，实际上他的人格也像他的发明一样伟大，甚至更伟大，这是因为他没有像其他人那样为万维网申请专利或限制其使用，而是主动放弃了借此发大财的机会，以无私奉献的精神于第二年将万维网放到国际互联网上，让所有的人都能无偿使用，从而使万维网成为全世界的知识网络，并直接导致了人类在经济、政治、科技、文化、媒体、社会生活诸领域里基于互联网的创新浪潮，将人类真正带入到一个全球信息化的新时代。

正是依靠万维网，包括戴尔公司在内的众多企业才很快得以异军突起，包括比尔·盖茨在内的一大批挺进互联网领域里的“淘金者”，也才得以圆了亿万富翁的梦。

无论世人是否记得住他，蒂姆·伯纳斯·李的英名和贡献都将永垂史册。

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>