

<<企业核心竞争力经典案例>>

图书基本信息

书名：<<企业核心竞争力经典案例>>

13位ISBN编号：9787802072978

10位ISBN编号：7802072972

出版时间：2005-6

出版时间：经济管理

作者：包晓闻，刘昆山编

页数：237

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>

<<企业核心竞争力经典案例>>

内容概要

欧洲是工业革命的发源地，欧盟的顶级企业一般都有很长的发展历史，经过长期的发展，特别是在构建和提升核心竞争力上，它们形成了显示欧洲人特有的文化特征和思维特点。

例如，依靠创新的优势获取产品的市场优势；实施差异化战略是中小型企业在市场激烈的竞争中制胜；以品牌的内在文化吸引客户的青睐；用自由与严谨相融合的企业文化凝聚核心竞争力；“以人为本”推动企业在全球市场上纵横驰骋等。

以上在本书中以经典案例形式进行了比较详细的介绍和探究。

本书着重介绍19家欧盟顶级企业，构建和提升企业核心竞争力的基本理念、“着力点”的选择和大致的实施步骤，并以详尽的事实例证进行了阐述，这对于中国企业在新世纪面临的更大的挑战与机是来说，是很有必要借鉴和学习的。

学习欧盟顶级企业的成功做法，构建我国企业的核心竞争力。

<<企业核心竞争力经典案例>>

书籍目录

麦德龙：独具竞争优势的“现购自运” 家乐福：为顾客创造更多新的消费价值 保时捷：差异化战略打造核心竞争力 欧莱雅：世界化妆品巨人的用从之道 西门子：技术创新使企业永葆青春 宝马：依靠创新管理，实现“万马奔腾” SAP公司：自由与严谨相融合的企业文化 奔驰：推动企业纵横驰骋的品牌 大众汽车：企业发展的不竭动力 诺基亚：企业文化凝聚的核心竞争力 壳牌集团：世界上最赚钱公司的管理模式 飞利浦：博弈市场竞争的价值创新 贝塔斯曼：企业文化成就了传媒帝国 雀巢：百年历练打造的国际品牌 雷诺：一条独具特色的价值创新之路 联合利华：多品牌组合创造的辉煌 马狮集团：“以人为本”打造企业核心竞争力 达能集团：王者之路 米其林：品牌是创造“滚动”奇迹的“车轮” 参考文献

<<企业核心竞争力经典案例>>

章节摘录

麦德龙的“现购自运”对供应商是同样适用的，麦德龙向供应商提供订货单，供应商直接送货，然后在交货的同时按约定结算兑现。

对供应商来说，现金支付和借助麦德龙巨大的销售网络出售商品都是极大的诱惑。

一则货到付款，有利于厂家回笼资金，投入再生产；二则可依托麦德龙通向广阔的市场，有利于均衡生产；三则可节约本单位拓展市场的人力、财力，间接获利。

正因为如此，供应商愿意以较低的出厂价将商品卖给麦德龙。

麦德龙与供应商、制造商建立了一种开放的长期合作的伙伴关系。

只要顾客需要，供应商产品优良，价格合理，一律向供应商开放，让新产品占有一席之地。

麦德龙作为流通领域中的新业态，能让供应商的产品更快销售，让消费者能尽快便利地享受到厂商生产出来的新商品，充分发挥了流通、中介、服务、启承的作用。

麦德龙在成立之初就意识到“现购自运”的大进大出、快进快销模式，如果没有对每个环节的严格控制，那么企业的整体经营将受到损害。

因此，麦德龙设计了一套从采购到销售的业务流程，并实现电脑化，运用信息技术实现全流程的管理和监督，使整个进、存、销过程都处于公司的动态监控之下。

麦德龙与供应商之间的交易完全按照麦德龙制定的、经过三十多年的实践检验的《供货商手册》来送货。

《供货商手册》里所规定的唯一的交易程序是：第一，如果一个供货商想与麦德龙做生意，必须先要在麦德龙的《供货商目录》上登记。

登记的内容包括非常关键的供货条件和付款条件，以及供货商的通讯方式，订货、退货地址，付款地址及银行账号等。

今后双方发生的所有交易都以目录上的条件为前提，而且麦德龙只向目录上的供货商下订单。

P4 每年公司董事会都要对在产品质量的改进上所取得的成绩进行一次认真的评估。

在几年的时间里，飞利浦召开了多达250次各种会议，将质量改进的必要性和如何掌握质量改进计划等传达到1.5万多位经理中间，明确规定所有各级部门的经理均须以“全公司质量改进计划”为工作重点。

在包括公司的生产部门、销售、管理和后勤保障部门的，150个内部机构中，涉及人数达6万人，都在认真贯彻落实质量改进计划。

为了更好地贯彻这一计划，飞利浦动用了许多种不同形式的渠道方式，从激光形象显示到普通的标志和编印业务通讯，从录像带到内部讨论会以及非正式的聚会。

目的只有一个，就是充分利用公司内外的一切资源，推行质量改进计划。

为了激励公司员工坚持质量管理的要求，飞利浦在集团内部设立了“飞利浦质量奖”和“飞利浦卓越经营奖”。

质量奖使得员工追求的目标尺度更加明确，准确反映了所有工作人员的工作进展状况，成为员工进行竞赛的强大推动力。

“飞利浦卓越经营奖”是以欧洲的质量奖EFQM的评估标准为基础，加入飞利浦的企业文化而形成的，成为飞利浦用于衡量内部企业是否达到卓越经营的标准之一。

该奖分为9大项目，32个子项目，涵盖了领导风范、方针和策略、员工管理、伙伴和资源管理以及过程管理，据以衡量一个组织在其业务运作卓越化方面的成熟度和水准。

2000年4月，苏州飞利浦消费电子有限公司显示器厂获得了“飞利浦卓越经营铜星奖”。

这是全球飞利浦消费电子企业中第一家荣获该奖项的企业。

该显示器厂自成立以来，就把质量作为企业赖以生存的最根本依据，提出了全程质量管理的内部审核机制，立志为客户和消费者提供最优秀的产品和服务。

<<企业核心竞争力经典案例>>

媒体关注与评论

企业核心竞争力理论是一种代表着未来知识经济特征的先进的管理理念，是基于市场竞争的、无形的、动态的能力资源。

核心竞争力理论从更深层面和更长远的视角深化了企业的发展战略观，对企业的长远发展有深远的战略意义。

学习经典、复制成功，是构建企业核心竞争力、促进企业核心竞争力的不断提升的捷径。

<<企业核心竞争力经典案例>>

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>