

<<一位CEO的商道真经>>

图书基本信息

书名：<<一位CEO的商道真经>>

13位ISBN编号：9787802509160

10位ISBN编号：7802509165

出版时间：2012-7

出版时间：中国言实出版社

作者：曾志平

页数：200

字数：189000

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>

<<一位CEO的商道真经>>

内容概要

《一位CEO的商道真经》编著者曾志平。

《一位CEO的商道真经》内容提要：通过本书的启示，你将了解CEO成功的规律，掌握CEO成功的方法，养成成功的习惯，有了这些。

成功将指日可待。

一部CEO实战经验的智慧之作，一次让创业者深受启发并融会贯通的思想盛宴。

<<一位CEO的商道真经>>

书籍目录

序

第一章 转变观念.众人认同的并不一定正确

中庸,就是及时刹车

打造“社区型企业”

管理是服务,不是控制

你爱上自己的员工了吗?

做事就是在享福

第二章 提升魅力.有人“捧”才有人“随”

做一个名副其实的“儒商”

责任心缺失引发的血案

以廉洁的心态“敬业”

做CEO,要学唐代宗

做企业,要先公后私

第三章 企业人格化.做企业就是在做人

给企业注入“守信”的人格

企业该有“耻感文化”

办企业就像吃自助餐

企业生存的五个危机点

唱好化险为夷“三部曲”

别被企业“气病了”

企业竞争取胜的法则

经营要靠“仁术”赢利

跳出兴衰周期律的紧箍咒

文明,是一种精神力量

文化氛围的作用太重要了

第四章 苦心经营,CEO的世界没有神话

巧借力、点石成金

谁用杠杆撬地球?

挑选企业的“宰相”

经营者该有品牌情结

经营智慧藏在失败之中

像唐僧那样目标明确

“取下谷”是种战略规划智慧

不以“利”为唯一出发点

不利而利是一种智慧

成功就是目标的最终实现

乐观时变,盈利抽身

速度,就是一种力量

第五章 超级管理.在管理上要做个巨人

谁是“超级领导”?

寻找“超级领导”型员工

标杆管理就是瞄准后超越

管理体制之激励措施

管理的野心在哪里?

不施霹雳手段,难显菩萨心肠

<<一位CEO的商道真经>>

还说麦当劳、肯德基
没有团队的中国足球
无业游民为什么赛过镇长?
守业不学“禹作敏”
第六章 多维交际,结好网才能抓大鱼
交际圈的“木桶法则”
公共关系是好东西
第七章 有效决断,CEO的第一要义
价值160万的贪念
如何决策更切合实际7
“资源优势”比较
“胜算决策”不能没有
好时机总还是有的
机遇,它不等于幸运

<<一位CEO的商道真经>>

章节摘录

企业该有“耻感文化”说道企业的经营，很多人都在强调“企业文化”、“积极情绪”、“员工激励”、“利润最大化”等方面，以提高企业的生存空间和利润空间。

从企业生存的角度来说，CEO们这样做是没有错的，只是他们似乎疏忽了一点：一直在为企业的发展加速，却忘记了给企业装上“安全控制装置”。

就像一辆车，工程师们一直在忙着提高发动机的功率，却忘记给它装上“刹车片”一样。

开这样的车上路，速度确实很快，危险也很大。

甚至是致命的。

企业的“刹车片”是什么呢？

是耻感文化。

所谓“耻感文化”，顾名思义。

就是让员工感觉到“耻辱”的一种内在文化。

比如当员工因为偷懒而没有完成工作的时候，会让他觉得耻辱：当企业生产出不合格产品而销售给客户的时候，他们会觉得耻辱……对于企业、企业的产品来说，外在的监督只是一种表面的过滤装置。

而耻感文化的建立则是一种自净能力的培养。

在经营界一直流传着这样一个故事：1985年，海尔从德国引进了世界一流的冰箱生产线，生产出了大量的冰箱。

但一年后，客户投诉，海尔冰箱存在着质量问题，要求海尔公司对此做出解释并请求换货。

还有一次，一位顾客想买台冰箱，可是挑了很多台都有毛病，最后勉强买走了一台。

这两件事给张瑞敏的触动很大。

他派人把库房内现存的400台冰箱全部检查了一遍，结果发现有76台冰箱有问题，虽然这些毛病不会影响到冰箱的制冷功能，有些仅仅是外观上有划痕。

但张瑞敏却决定将这些冰箱当众砸毁，他认为：有缺陷的产品就是不合格产品，不能把不合格的产品投放到市场上去，这会损害消费者的利益，破坏公司整体形象，在市场上产生不良影响。

于是，他把职工们全部叫到车间，问大家怎么办？

多数人认为，冰箱虽然有破损的地方，但是不妨碍使用，可以便宜点儿卖给职工。

可张瑞敏却说：“我要是允许把这76台冰箱卖了，就等于允许你们明天再生产760台这样的冰箱。”

于是，他决定将这些冰箱全部毁掉，谁制造出来的谁亲自动手砸。

而他自己，则为员工做了个榜样，抡起大锤亲手砸了第一锤。

虽然这些冰箱存在着或多或少的问题，但却是员工们辛辛苦苦制造出来的，亲自毁掉自己的劳动成果，心里肯定不是滋味，可是不砸又不行，领导的命令已下，并亲自做了示范，自己也只好照做。很多职工砸冰箱时都流下了眼泪。

冰箱毁掉了，但这并不意味着这件事已告一段落，在接下来的一个多月里，张瑞敏亲自发动并主持了一个又一个会议，其主题是“如何从我做起，提高产品质量”。

三年以后，海尔获得了行业第一块国家质量金奖。这一成绩告诉人们，他们的付出是值得的，张瑞敏砸冰箱也是保证产品质量的明智之举，他这一砸，砸出了海尔的“耻感文化”，砸出了海尔人的耻辱观。

遗憾的是，在我们身边，又有几个海尔，又有几个张瑞敏呢？

更多的人想到的是欲望、金钱、利润、股票……人类文明的标志性成果是建立了耻感文化，知廉耻，明进退。

使社会成员对种种丑恶行为感到羞耻。

企业文明发展的标志同样是对企业不法行为的一种不齿。

请思考所在的企业是否已经具备这种文化了呢？

企业如何建立自己的“耻感文化”？

意识到“耻感文化”的存在，就是一种进步。

最重要的是在认识的基础上帮助自己的企业建立“耻感文化”，给企业的高速发展装上“刹车片”。

<<一位CEO的商道真经>>

具体该如何做呢？

试试以下几点：（1）利用负面事件进行教育 当企业出现负面事件的时候。

除了第一时间做好公关以保证企业的安全之外,还应该趁热打铁。

通过这件事情来教育员工：如果对企业、对自己的一些行为不感觉到耻辱的话,就会被客户所抛弃,被整个行业所鄙夷,到时候,站不稳脚跟的不仅仅是企业,还有员工自己。

（2）进行换位思考 换位思考。

就是让员工产生一种思维习惯：如果我是客户,遇到不合格的产品,我会怎么想,会对生产这个产品的企业产生什么样负面的印象等。

这样的思维最大的好处是：让员工养成“为客户生产产品就是为自己生产产品”的思维习惯。

（3）建立主人翁的荣誉感 当一个员工在企业里产生主人翁的荣誉感时,他会非常珍惜这份荣誉,并且会主动杜绝一切伤害这种荣誉的行为。

如果员工真正把企业当成自己的家,就不会容许伤害企业的行为出现。

自然,生产伪劣商品就是一种伤害企业的行为,他们会主动杜绝。

久而久之,耻感文化也就建立起来了。

P47-P49

<<一位CEO的商道真经>>

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>