

图书基本信息

书名：<<做游戏 读故事 学管理-团队培训游戏100篇>>

13位ISBN编号：9787807530008

10位ISBN编号：7807530006

出版时间：2007-7

出版时间：哈尔滨

作者：李同强，赵忠伟编

页数：250

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>

## 内容概要

无论是在团队培训中，还是在团体活动中，做几个游戏，在轻松快乐之后再讨论团队的建设，体悟管理的奥妙，将是一种更人性化的，更有效的，更科学的管理方式。

书籍目录

小游戏大智慧管理并快乐着游戏中的管理——一个真实的案例准备好了吗来个游戏热热身第一章 你能和你的同伴交朋友吗?揉肩捶背滚雪球我们是一家寻人游戏小鸡变凤凰找不同心有灵犀大树与松鼠一块钱、两块钱纸杯传水——“圈”到底信任之旅信任空中飞人平地而起小窍门：如何对游戏当中输的人进行适当而有趣的惩罚?第二章 你能在团队中承担责任吗?刮鼻子如果感到幸福你就拍拍手你说我做抛球享福和受苦兔子舞默契报数太空运物投盘手大赛电波的速度水果和蔬菜人工机器第三章 你能成为团队的领袖吗?七拼八凑建绳房火眼金睛踢足球上传下达跟我走给外星人穿球鞋推拿掌领袖风采地雷阵换牌游戏第四章 你的团队富有创造力吗?九点游戏举胖子学习的障碍一杯茶呼啦圈圆球游戏幽他一默疯狂的订书钉玩具公司神奇的魔板全体离地照张相盖房子建筑师再撑一百步有创造力的人周游列国第五章 怎样从游戏中观察团队成员的心理?盲人寻宝离目标还有多远我是谁诚实的顾客解手链君子坦荡荡动机练习四分之一感觉人椅传话筒倾听与回馈优点与缺点扔糖果撕纸合力吹气球第六章 来吧，向共同的目标发起挑战!怪兽天龙八部分分秒秒扔气球牙签运物拥挤的公交车椅子渡河椅上功夫趣味跳绳蜘蛛网齐眉棍同舟共济心有千千结核弹头连点游戏超级组合猎人与兔子赢得客户团队合作技巧测试经理也疯狂——一个高级白领的游戏笔记第七章 再接再厉，做一更有难度的销售中的异议万花筒加油站竞争传球三个进球带球赛跑发挥想象拉绳囊中失物记者招待会愉快的结束后记

## 章节摘录

经理也疯狂——一个高级白领的游戏笔记 把一个流程紊乱、效率低下、官僚主义、客户不满、严重亏损的企业转变成士气高昂、客户满意、赢利倍增这样欣欣向荣的局面，需要多久?2天。

2天!2天!这是个游戏吗?市场上共有A、B、C三家回贺卡公司，它们是同行，死对头。

每家公司有11各“企业成员”，分别是：4名行政人员(负责处理文件、核算费用、财务报表等，相当于实体企业的财务部和行政部)，2名生产人员，3名研发人员(确定企业的产品规格、研发新产品)，另外2名销售人员。

老板并没有限制你不可以怎么经营你们各自的企业，只是假定人力、场地成本固定不变。

竞赛的目标是用你的业绩打败另两家公司!客户满意度、赢利能力、员工士气、企业竞争力.....跟实际企业没什么两样。

竞赛分为6个周期，每个周期内包括完成接订单、设计产品、购买原材料、生产、送货、各项改革措施等完整的企业活动，限时20分钟。

每个周期之后会有总结，周期之前也会有时间讨论和计划企业经营情况。

惨不忍睹的第一周期一连串的大会、部门小会、公司小会之后，大家了解了相关的介绍。

于是开始第一周期的活动。

一声哨响之后，三家公司30几号人顿时忙活开了：领表格、买原料、抢订单.....一个字：“乱”。

一转眼的工夫，20分钟结束了。

大家回到大会议室总结战况。

真是难以接受这个事实!要知道，每组的组员都是来自各公司的中层以上的管理人员，有的甚至自己就是老板!来，看看成绩吧。

A公司是干得最好的，交货1个。

11个人，在前面接近1个小时的反复介绍后，整整20分钟时间，忙到出汗，只交了1张贺卡!说出来都没人信。

别急，B和C公司更糟，交货为零。

真叫人抓狂!第一周期的总结会绝对叫人汗颜。

每个人都在心里问自己，怎么会这样呢?其实这门课是哈佛大学HBA学院入学第一课。

哈佛的MBA每个人都非常有能力和自信，这节课就是为了教会大家，不管你个人多有能耐，如果不和团队融合协作，就连这么简单的事情都会做出这么糟糕的结果。

穷则变，变则通 第二周期开始前的计划时间格外重要，大家认真地讨论了企业运作的流程，书记员画出了按照产品流水线进行的部门之间流程图示，并且调整了部门结构。

所有的组都认为行政人员有些冗余，而生产能力不足。

当然，改革是要付出代价的，每项变动都必须计入成本费用。

回到我们C组，我们是改革态度最坚决的，事实上，还在第一周期中，我们敏感而大胆的行政部负责人就意识到生产能力严重不足了，所以决定调走2名“人浮于事”的行政人员，甚至还“釜底抽薪”地调走了一名我们研发部的同事。

我们的方针是，让生产能力最大程度地发挥出来，完成销售拿回的订单，从而依靠完成订单的客户满意度和利润赢得胜利。

我们都是很有团队合作精神的!组织说生产部需要人，被调的同志二话不说就去了，剩下的我和另一名同事就任劳任怨地研发。

第二周期开始!在经历了第一轮教训之后，每个组、每个部门、每个人，都如剑出鞘，锋芒毕露。

大家比上一轮更加疯狂地忙碌、跑动、喊叫。

我也哇哇叫啊，因为上个周期辛苦做出来的情人卡不见了!虽然它简直见不得人。

后来才知道上一轮结束后被清场时当做垃圾处理掉了。

是的，它到了属于它的地方，可我不甘心啊!没有办法，重新做，抽时间看了一眼别组的作品，灵感上身，顿时变得心灵手巧起来。

这一轮，我成功地做了两个样品，而且像保护知识产权一样保护好了。

时间到了，大家恋恋不舍地放下手中的活儿。

第二周期的业绩当然大大提高了。

A组订单14，交货14，从上一周期亏本211，变成赢利57。

B组订单30，交货只有8，不过因为B组生产的是高档市场产品，实现的赢利达到了99。

我们C组虽然生产量是最大的，有16张，但因为大部分是大众市场产品，所以只实现了净利润29。

我们是最不服气的一组了！明明生产量是最大的，而且投入的都是合理必要的，结果却输了。

痛定思痛，我们认为生产部门5名同事是需要调整的，他们有不少时间没有利用起来，在发呆等活干。

不是订单量少，我们优秀的销售人员甚至不敢多拿订单回来；而是原料不能以最快速度到位，生产标准不明确。

这两个问题都和我们研发部有关，而研发部在调走一人的情况下捉襟见肘，于是考虑改进。

因为制作一张标准的贺卡样品很费时间，所以我们就决定在A4纸上用图纸的形式，按照折好的贺卡样式，在每个页面上画出具体规格。

我们甚至在生产部“培养”了一名技术人员，她看得懂我们画的“图纸”，而且会计算购买什么材料、买多少，她简直是拿生产部工资的研发部人员。

此外，第二周期过后，我们还针对每个部门作了任务分析，理清楚每个人是负责什么的、他的业务从哪里开始、去向哪里、作何用途、和谁交接等，就可以避免没头没脑和乱七八糟了。

第三周期，大家的感觉是驾轻就熟。

我们研发部一开始用最快速度告诉生产部产品的规格，行政人员立刻买来原材料，先参照上周期做好的样品生产第一张订单需要的产品，与此同时，我们研发部就根据市场调查报告画好了另外几张订单所需产品的“图纸”，这样有标准可循，做起来就快了。

这一轮我们做完了28张贺卡，全部完成订单！和另两组的结果一比较，我们的表现更好些，但优势还不明显：A组和B组分别生产了17张和25张。

可怕的后半赛程一天的时间飞一样地过去了，我们斗志正盛，改革心切，但是该休息了。

列宁说的嘛，不会休息的人就不会工作。

管理者们却常常忘我工作、乐此不疲，正好是我们这样的感觉。

经过一晚的休息和思考，第二天的后三轮竞争趋向白热化。

特别是B组还进行了“企业瘦身”计划，精减了人员。

而咱们C组继续在动脑筋怎么让生产部的能力充分发挥出来。

最后决定建立流水式生产线：一人专门切底卡，接着一人专门剪贴图，再由一人负责写贺语，第四人做贺卡装饰，还有一人协调生产、机动。

研发部的目标则是把上期画的“图纸”变成标准样品，以使生产部直接“依样画葫芦”，而不必一次次看“图纸”确认多个规格要求了。

事实证明，这样的变动方向是合理的，但很多地方需要改进。

举例来说，当负责切纸的同事开始忙碌的时候，另外4位下游生产同事只能睁大了眼睛看和等他，而时间却无情地在过去。

第二天的第一个周期，我们生产了37张贺卡，仅比上次增加了9张。

而A组和B组的产量都达到了25张，其中B组是精简了组织后的成绩，他们的人均产量和利润是最高的。

而且这2组的定位多在专项和高档市场，产品单价高。

不过这一轮非常可喜的是我的研发部同事如梦初醒，一口气做完了4张标准样品！我们坚信流水线生产是正确的方向。

问题是，怎么能避免有人闲置？显然，在竞争这么激烈的商战中，任何人都不能容忍哪怕是一秒钟时间、一点点资源的浪费。

在现实生活中又何尝不是呢？只不过没有这样明显罢了。

(P211-214)



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>