

《结果才最重要》

图书基本信息

书名：《结果才最重要》

13位ISBN编号：9787538859836

10位ISBN编号：7538859837

出版时间：2009-4

出版社：黑龙江科技

作者：兰迪·普宁顿

页数：150

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《结果才最重要》

前言

为什么沃尔玛能成为全球最大的零售商？为什么通用电气和宝洁公司能成为市场上长久的明星？是什么使你最喜欢的餐厅、干洗店、汽车经销商等从众多的同行中脱颖而出呢？这不可能仅仅是产品、服务、价格的原因。虽然处处有竞争——即使是政府机构也有竞争。但是，有些企业、政府机构和非营利性机构根本就没有竞争意识，它们在很多领域，像产品服务质量、创新、运作以及最重要的方面——结果等，都放弃了竞争。并不是你的竞争者都聘用了天才而留给你的全是傻瓜他们的电脑程序、报酬制度、运作程序等和你的没有很大的差别；当他们坐下来讨论策略时，并不比你的洞察力更深。差别在于一种无形的东西，这种东西你必须了解。在过去30年中，我工作过、咨询过、研究过的机构从各个公司到各个部门，很广泛。

《结果才最重要》

内容概要

《结果才最重要》通过深入剖析有关西南航空公司、沃尔玛、通用电气公司（GE）等大型企业及一些优秀小企业的案例，为建立卓越的企业文化提供了许多注重结果的原则和对策。如果能将其中讲述的内容应用到现实之中，将极大地提高企业的执行力，让员工更加积极投身于每一个项目，并且对激烈的竞争和瞬息万变的市场迅速地做出反应。在这个充满竞争的环境中，所有人、所有企业都享有同样的策略，同样的行话、术语，以及同样的科学技术，可是，为什么一些企业能够在行业中始终如一地占据优势，处于主导地位呢？《结果才最重要》作者兰迪·普宁顿在担任企业绩效顾问20余年的职业生涯中，了解到成功企业的两大重要事实：第一，它们一直集中精力于取得结果，而且从来没有放松过；第二，他们总是努力营建一种令人信服的企业文化，从而让员工积极投身于公司的任务和使命。正是这些无形的东西将真正优秀的企业与其他业绩平平的公司区分开来，并产生始终如一的绩效和成果。

《结果才最重要》

作者简介

兰迪·普宁顿，是一个有着20余年企业绩效管理经验的专家，同时还是知名作者和资深顾问。他曾经在政府机构、大学，以及许多企业里工作，如美国移动运营商Sprint PCS，LaSalle银行，国家农场保险公司以及阿拉巴马电力公司，致力于创造一种企业文化，以实现良好的结果、绩效、人际关系和责任心。兰迪的许多理念和评论经常见于《纽约时报》、《创业家》和《最佳主管》杂志，并通过美国有线电视新闻网（CNN）、英国广播公司（BBC）和美国广播公司（ABC）播出，还有不计其数的专业期刊陆续登载。

《结果才最重要》

书籍目录

第一章 注重结果的文化 市场决定论 最优秀的人了解什么？做些什么？ 32年和计算方法 注重结果的文化 公司的DNA 通过改变运作来改变文化 你的文化有麻烦了吗？ 这从来就不仅仅是一件事 每个人都参与领导 结果原则第二章 庸才、人才还是精英，结果告诉答案 通过运作方式了解他们 两年的奇迹 你在正确的轨道上吗？ 错误的思维模式——错误的设想 其他的错误假设 向精英阶层迈进 压力使人们逃避现实 追问的勇气 真相开始于坦率的交流 开着的门 互相欺骗 你不可能三者全是 那又如何？ 结果和责任心 你能洞察真相吗？ 结果原则第三章 追求最优秀的而不是最容易的 你将做出的最重要的决定 3种类型的选择 追求你最远大的目标 晚会入场券 糟糕的基本品质使你的独特性无效 如果政府能做到，你为何不能？ 不是每个人都想追求最优秀的吗？ 不仅仅是钱的问题 雇用优秀的人 天才并不总会赢 遭遇解聘 莉莉的测试 最重要的选择 “我承认” 灾难性的选择 你会选择什么？ 结果原则第四章 将业务托付给注重结果的伙伴 给我一个理由，让我帮助你 给他们想要的并乐在其中 建立伙伴关系意味着什么 兰迪·普宁顿卡片的朋友 员工们也不在乎 变质的伙伴关系 建立伙伴关系的原则 不仅是报酬的问题 游泳池奇遇 你看到了什么？ 事情虽小，意义重大 关键是要表现出你在意 SGS工具的历程 信任的重要性 不信任的起因 什么样的信任意味着业务？ 破烂的雨伞 你愿意为之奋斗吗？ 结果原则第五章 将精力集中在想要的结果上 集中精力的模式 沃尔顿的做法 变理想为行动 如果你相信原则，就要把它说出来 与目标相联系 制定纪律 如果重要，就做个测评 3个重要问题 要处理问题 如果重要，就认可并奖励 内部持股 他们的行为很奇怪 不是谁都能拿到勋带的 讲述故事 休厄尔公司的模式 我们错在哪儿？ 结果原则第六章 责任决定结果 我们知道这些话 关于领导素质 我们想知道你怎么办 责任心的两个层面 我们自己要主动点 自上而下还是自下而上 抽水事件 激励他人的责任心 如何解决责任心的问题 害怕面对 你不适应文化 硬性决定不等于生硬的交谈 7毛9分钱问题的实际代价 学会授权 两种错误 你要做的全部就是负责任 结果原则第七章 让明天的结果比今天的更好 回顾杰出公司 你从过去吸取教训了吗？ 仅仅吸取过去的教训是不够的 你相信她吗？ 企业文化——是加速器还是只锚 不断改变 转变，而不是改变 你学到了什么？ 你有多在乎？ 你能影响它 你愿意离开吗？ 正直是必须的 是遵循企业文化还是跟着领导走？ 建立一个强大的企业文化要用多长时间？ 松开撑杆 结果原则

《结果才最重要》

章节摘录

第一章 注重结果的文化最优秀的人了解什么？做些什么？公司喜欢那些超越成功的东西，它们因服务优质、产品丰富、不断创新和执行高效的原因驱散了竞争。他们的表现有力地证明结果决定一切。它们的竞争优势是一种强势文化，这种文化能够赢得顾客和职员的心、智力和忠诚。就这些吗？那产品、服务和策略呢？它们不是重要因素吗？也许是吧，但值得怀疑。咖啡、玉米和你拥有优质产品和优良的服务就可以保障你最低限度的成功，这样的日子已经一去不复返了。提供质量上乘的产品和优质服务已经成为你入局或者不出局的起码要求了。乔·考莱威，品牌策略方面的作者，这样说道：“市场已经日用品化了，顾客到处都能看到等值物。”顾客看到等值物，因为存在着等值物。顾客只需打个电话或者访问一个网址，你的竞争者便可提供与你基本相同的产品和服务，价格则相差无几或者更低。这就意味着在顾客的眼中，我们就像世界各地露天市场上交易的咖啡、玉米及其他日用品，我们对于顾客的价值只是基于供求关系。

《结果才最重要》

媒体关注与评论

大多数经营管理类书籍会告诉你需要做的和你想做的每一件事，但是至关重要的一件事却没有涉及到，那就是取得结果。《结果才最重要》一书写得非常棒，其中穿插许多经典的案例、故事和实用的建议，它们会切切实实地告诉你如何提高你的绩效，获得更好的结果。买下这本书，阅读它，接着身体力行，然后你就可以坐观你的绩效有所提高。——拉里·温格特，国际演说家名人纪念堂的成员，被誉为“个人发展领域的斗牛犬以及世界上唯一的让你愤怒的演说家”。《闭嘴，停止抱怨，行动起来！》一书的作者《结果才最重要》一书为我们传送出许多有实用价值的观点和理念，能够让你的组织机构在竞争激烈的市场中始终在通往成功的轨道上运行。如果你位居高级行政管理层，那么兰迪·普宁顿提供的这些观点和理念就会起作用！他一针见血地道出了企业文化的精髓和重要性。——霍华德·帕特南，美国西南航空公司的前任CEO，《狂风》一书的作者如果你讨厌竞争，那是因为你快要被它们打败。如果你希望竞争讨厌你，那就请阅读兰迪·普宁顿的这本书吧，并给你所有的员工也看看！——杰弗里·吉特默，全球顶级销售培训教练、销售类畅销书作家、《销售红宝书》和《销售圣经》一书的作者兰迪·普宁顿的商业头脑、对经济管理的理解能力和专业知识，在整本书中都表现得淋漓尽致。对于希望在21世纪获得发展并取得成功的任何企业来说，他那深思熟虑的分析和阐述产生了极其重要的意义。——尼都·奎贝恩，美国高点大学校长，大丰收面包公司董事长

《结果才最重要》

编辑推荐

《结果才最重要》特点：创立实现长远绩效的六大“结果法则”，美国企业家协会鼎力推荐，高居美国《时代周刊》《纽约时报》畅销书排行榜。

《结果才最重要》

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：www.tushu000.com