

《管理的100条硬道理》

图书基本信息

书名：《管理的100条硬道理》

13位ISBN编号：9787507417104

10位ISBN编号：7507417107

出版时间：2005-10

出版社：中国城市

作者：洪鸿

页数：294

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

《管理的100条硬道理》

内容概要

管理之道在于以简驭繁，学习管理在于化繁为简。企业管理，员工管理，质量管理，销售管理，经营管理，一百条经典事例蕴含了一百条硬道理，一百条硬道理浓缩了中外管理理论的精华。复杂的管理理论能够通俗易懂，原来繁琐的管理工作也可以得心应手！

《管理的100条硬道理》的道理是“放之四海而皆准”的真理，是经过实践检验的真理。“硬道理”的意思是任何企业都可以运用这些管理方法，并且能够起到事半功倍的作用。

《管理的100条硬道理》

书籍目录

第一章：企业管理硬道理1/把复杂的事情简单化了2/观念决定成败3/管得少就是管得好4/执行到底5/设计是管理的"灵魂"6/先做人，再管理7/制度是人性最有效的补充8/物质的效果要大于精神的效果9/创新是第一位的10/牢骚虽不总是正确，但要认真对待11/走动管理，以最小投入获得最大回报12/利润分享是企业发展的动力13/情感投入管理，感恩心态待人14/改善管理，从头开始15/活力=智力×(毅力+体力+速力)16/学会领导，放弃管理17/没有思路就没有出路18/做正确的事，正确地做事，把事做正确19/投资到自己的脖子上面，会赚得更多20/没有永远的不变，只有迅速的破产21/管理=勤奋+智慧+知识+心理学第二章：员工管理硬道理22/用人不疑，信任是最好的激励23/只有用好一个人，才能管住一群人24/员工最好的福利是进行职业培训25/没有永远的忠诚，只有永远的利益26/没有钢铁般的纪律，就没有突出的效率27/相信员工就是相信自己28/把员工当作合伙人29/让员工参与管理30/勤于观察，从细节上辨识人才31/一切从沟通开始32/合适的人请上车，不合适的人请下车33/能做好本职工作的人就是人才34/无所谓黑猫白猫，抓住老鼠就是好猫35/有压力，才有动力36/没有绝对的自由，只有绝对的服从37/要效果，不要理由38/责骂就等于打造39/不管正调反调，只要合理就选用40/不要因人设事，而要因事设人41/"留才"重于"引才"42/没有完美的员工，只有完美的团队43/用做人的准则做事，用做事的结果看人44/要做就做到最好45/简单的事做对，就是不简单46/像训练魔鬼一样打造人才47/领导关心员工的"小事"，员工才能重视公司的"大事"第三章：质量管理硬道理48/员工素质决定产品质量49/没有做不好的事，只有做不好的人50/高品质不一定要高价格，而高价格一定要有高品质51/站在对手的肩膀上创新52/严、细、实、恒53/引进技术大有必要，"拿来主义"未尝不可54/宁愿不当第一，但质量要超过第一55/产品质量是生产出来的，不是检验出来的56/没有绝对创新，只有率先模仿57/企业的出路在于产品更新换代58/质量等于利润59/没有夕阳产业，只有夕阳技术60/质量管理要深入到每一个员工血液中61/产品就是人品，次品就是敌人62/勿以恶小而为之，勿以善小而不为第四章：销售管理硬道理63/人有多大胆，地有多大产64/认真做产品，诚信做市场65/市场调查是产品生命力的保证66/诚意具有不可忽视的说服力67/营销前先推销自己68/以技术引导销售69/只做更好，不做最好70/虽有智慧，不如乘势；虽有锄头，不如乘时71/市场份额是企业利润的关键72/审时度势，主动出击73/不想让消费者失望，就要让消费者感动74/高科技不等于受欢迎75/低价格+高质量+优服务=高销售76/有需求才有销售77/无法守衡，就无法控制78/以变应变，顺势应对市场的动态变化79/放弃不是目标客户的顾客80/顾客永远是对的第五章：经营管理硬道理81/要么就多卖，要么就减产82/客户的要求就是市场的需求83/时间差是利润之源84/工欲善其事，必先利其器85/以产品的高质量建立信誉，靠技术的先进性赢市场86/挖掘冷门机遇，把握无限商机87/销售专业中最重要的字就是"问"88/战略联盟，三思而行89/一手抓技术，一手抓经营90/光有"立"是不够的，还必须破91/营造创新环境，提倡创新精神92/正确决策是企业命脉93/摆脱公司的被动局面首先从关键问题入手94/营销需要调动一切激情和智慧95/任何宣传皆是好宣传96/假人之手，从中渔利97/不做"金刚钻"，要做"大蛋糕"98/谁做得好谁就是主角99/促进客户进步，企业才能真正发展100/客户满意度：利润最大化之源

章节摘录

某报纸曾举办一项高额奖金的有奖征答活动，题目是：在一个充气不足的热气球上，载着三位关系世界兴亡命运的科学家。第一位是环保专家，他的研究可拯救无数人们免于因环境污染而面临死亡的厄运。第二位是核子专家，他有能力可防止全球性的核子战争，使地球免于遭受灭亡的绝境。第三位是粮食专家，他能在不毛之地，运用专业知识成功地种植粮食，使几千万人脱离饥荒。热气球即将坠毁，如果丢出一个人以减轻载重，可以使另外的两人得以存活，请问该丢下哪一位科学家？问题刊出之后，因为奖金数额庞大，信件像雪片一样飞来。在这些信中，每个人都绞尽脑汁地阐述他们认为必须丢下哪位科学家的宏观见解。出乎意料，最后的结果。巨额奖金的得主是一个小男孩。他的答案是：将最胖的那位科学家丢出去。其实事物本源是很简单的，但人们往往把他们复杂化了。无论是在工作中，还是在生活中，我们都要能够对系统的把握有一个清晰的思路。思路决定出路。从本质上说就是必须具备善于将复杂问题简单化的能力，一针见血地捕捉问题实质的能力。“当局者迷，旁观者清”，在繁忙的企业日常运营中，公司高层管理人员可能会缺乏从具体事务中脱身而出，考虑全局观点的能力。考虑问题都是从自身位置出发，容易导致就问题论问题，而无法跳出问题看问题，想不出更好地解决问题的方法。其实只要管理者能站在企业整体发展的角度出发，需要解决的问题都并不复杂，但是这些本身简单的问题却往往被人为地复杂化了，以致到最后找不到方向，越搞越乱，谁也解决不了。世间之道，说复杂就复杂，说简单也简单。人类社会数百年来生活方式虽然发生了巨大的变化，就比如马车变成了汽车。但人类生存发展的规律仍然不变。就像驾驶汽车一样，这是个复杂的事物，不仅仅是在驾驶汽车的时候所需要掌握的技能，更要随时应对不确定的外部复杂环境的影响。但万变不离其宗，驾驶汽车最重要的一件事情是方向。如果方向盘把错了，什么都是无效的。管理之道，同样如此。尽管管理理论、管理模式仁者见仁、智者见智，各种理论认识铺天盖地。然而，管理应当把握的几件事情还是一样没有改变。管理最重要的也是方向，一个企业如果失去了对方向的判断，那么决策失误将导致企业的停滞不前、倒退甚至破产关闭。所以我们说，企业管理复杂现象中，只有方向把握准了，才能做正确的事情。管理要讲战略，战略所讨论的问题就是找对正确的方向，走正确的路。一个领导人要带领一个团队去谋求事业，首先要解决目标问题，既有短期目标，又有长远追求。如战略决策的时候，就不能把所有的问题考虑得太复杂。因为战略首先是宏观的，其次才是微观的。大多数企业决策者都是完美主义者，在战略规划咨询项目里，有的企业把握方向的能力很差，一个问题甚至能延伸出很多问题，自己给自己制造不必要的麻烦。因此把复杂问题简单化是一种宏观的战略能力，这是战略首要的原则。把复杂问题简单化并不是否定问题的复杂性，而是要做到“在战略上藐视敌人，在战术上重视敌人”。少数企业能享受安逸并有足够的准备来进行经营。谁都想放缓行动的脚步，待有足够的现金流动、稳固的基础、适合的人才、足够的竞争力之后再放开手搏一场，可惜这是不现实的。只要你选择进入市场，那么决定你脚步的不是你自己，而是市场、客户与竞争对手。而且资源永远都是有限的，人才总是有限的，时间总是不够的，企业的发展永无宁日可言，任何希望通过战略规划体系的严密构建来达到成功的观点都不太现实。对于企业来说，决定方向是至关重要的，因此要迅速，要简单化，要大胆，也要有野心。但是美好的愿望必须靠严谨理性的执行体系来支撑，这就需要在把复杂问题简单化之后，把简单问题复杂化，体现微观的执行能力。微观不是不重要，复杂化不是不重要，只是这些都是应该在迅速决策之后才继续跟进的问题。管理之道，其本质就在于如何化繁为简，也就是我们所说的“度”。要将复杂问题简单化，简单问题复杂化，看似自相矛盾，实际上是协调统一。宏观问题简单化，微观问题体系化，这是一种企业成熟之美，也是中国大部分企业所应该追求的境界。

《管理的100条硬道理》

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