

《公司风暴》

图书基本信息

书名：《公司风暴》

13位ISBN编号：9787806895030

10位ISBN编号：7806895035

出版时间：2006-1

出版社：

作者：经理人杂志社

页数：239

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

《公司风暴》

内容概要

作为经理人，你经常会面对很多具体而棘手的问题，本书或许能成为帮你解决问题的助手！成功是一种偶然，无需崇拜，但需要认真研究。因为偶然的因素，对于我们来说就像是灵感一样，稍纵即逝，更需要我们掌握捕捉到这种偶然因素的方法和技巧。本书里的诸多公司的异彩纷呈的管理实践，证明成功是不可重复的，每一个公司都有各自的成功方法与技巧，都有各自的偶然，但是在抽象的意义上，他们又具有共同点，解读出这种共同点，对于你一定会受益无穷。

《公司风暴》

书籍目录

第一篇 咖啡恩仇：真锅 / 星巴克经营模式对决 连锁风暴 真锅：高擎“特许”大旗 星巴克：坚守“直营”之道 真锅VS星巴克：模式对决 与对手面对面第二篇 第二只眼：宝马试探式品牌分拆 扩张的引擎 宝马为何坚守“高档”阵地 席曼·昆特：“先抓住奶牛，再考虑挤奶。”第三篇 采购流：惠普、IBM的秘密武器 流程，零距离 解读惠普TQRDCE IBM：平衡与双赢 同桌吃饭，共同修行第四篇 台资企业生意经 竞争力：15年的演变 台商经略 洪宜幸：没有合约的总经理第五篇 中国企业超级小霸王 企业小霸王 宏图三胞：“逼宫”小子 新天酒业：“搅局”战士 丰泰保险：突破跨国公司的游戏规则 华美乐：掘地三尺，渠道通吃 聚龙：标准为王 爱特沃德：在并购中发展第六篇 危机中寻找转折点 IBM转型真相：大象背后的赌徒与狮子 宝洁凭什么在全球拥有洗涤霸权？英特尔：从危机中寻找转折点 联合利华：用财务杠杆支持品牌 百胜全球餐饮是如何经营品牌的 华为：走进冬天还是春天

媒体关注与评论

《经理人》是中国本土最有影响力的商业管理杂志。它的使命是影响中国管理实践，针对中国管理实践和高级经理人的困惑与挑战，提供问题+答案的解决方案。目标读者是企业高级和中级职业经理人。

《经理人》目前已经打造出多个品牌产品和栏目，如经理人MVP金奖、最佳运营绩效50强、中国MBA商学院排行、经理人痛苦指数调查、经理人薪酬调查、CEO学、案例中心、白与黑、管理实务、玫瑰部落等。这些栏目深受读者欢迎。

从2005年1月开始，《经理人》与哈佛商学院出版公司战略合作，在全球用简体中文出版发行《哈佛管理实践》，包括：管理前沿、谈判学、策略与创新、供应链管理和平衡计分卡。

当你驾驶宝岛的时候，所有你想做的就是：永远不要到达目的地，永远在路上，享受宝马给你带来的自由和驾驶愉悦。——《宝马为何坚守“高档”阵地》

企业如果片面追求零库存，把它的库存压力转到供应商，运输商那里，这样最终造成企业产品质量以及服务水平的降低。——《IBM：平衡与双赢》

用日本企业的管理，美国企业的研发，欧洲企业的标准，韩国企业的精神，儒家文化的完整保留，内地的员工和资源，台资企业勾兑出一杯最浓烈的企业鸡尾酒。——《台商经略》

小霸王型企业在受棍棒挨打的过程中，也会领悟到怎样才能做一个让别人可以接受的小霸王。它们会探索消费者能够接受的商业模式，寻找更容易让同行接受的厂商行为。——《中国企业超级小霸王》

《公司风暴》

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