

<<苏宁成长的真谛>>

图书基本信息

书名：<<苏宁成长的真谛>>

13位ISBN编号：9787111195207

10位ISBN编号：7111195205

出版时间：2006-9

出版时间：机械工业

作者：成志明

页数：229

字数：230000

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>

## <<苏宁成长的真谛>>

### 内容概要

本书作者以第一手资料首次披露了家电连锁巨头——苏宁电器的经营管理之道，全方位展示了苏宁在创业、成长、战略连锁、组织再造、人力资源、服务、营销、企业文化等方面的管理实践和管理理念，揭示出苏宁一步步走向成功的规律性与必然性。

当然，本书并不仅仅是分析苏宁作为单个企业在商业流通中取得的成功，而是立足于整个家电行业以及整个商业社会，站在商业发展和企业发展的双重背景下，探讨企业如何在自身所处行业内一步一步地从小到大，由弱到强，最终成长为行业领导者，并为中国企业系统化再造管理提供了普适之道及解决方案。

## <<苏宁成长的真谛>>

### 作者简介

成志明，管理学博士，南京大学商学院教授，江苏省企业管理咨询协会会长，南京东方智业顾问公司首席顾问，日本名古屋大学客座研究员，常林股份、大贺国际传媒股份等多家企业独立董事。专注于企业成长与企业再造、管理咨询等领域的研究与实践，先后为国内外百家企业提供过

## &lt;&lt;苏宁成长的真谛&gt;&gt;

## 书籍目录

推荐序：一本总结中国企业成长实践的好书前言第一章 创业之路 开启(1987—1993年) 起点1987 宁海路200平方米起家 先卖货后进货 模式创新：行业首创反季节打款 专业化服务先驱 商战经典：“小舢板‘抗衡’联合舰队”突破(1993—1996年) 场外队员的明星待遇 强化与名牌供应商的关系 坐拥南京，放马全国 超越(1996—1999年) 风云突变，苏宁再临挑战 战略转型 超越自我第二章 成长之道 领航(2000—2004年) 决策全国连锁 苏宁再造 连锁全国 “财务黑洞”谣言 信息化征程 成功上市 跨越(2005—2006年) 选型SAP/ERP 剖析“反连锁寒流” 苏宁为什么第三章 战略连锁 连锁模式：实现倍速、稳健成长的战略选择 专注主业 连锁全国 连锁之路 连锁布局 速度决定高度 支撑苏宁连锁战略的竞争要素 重大战役 进军北京 攻占上海 力克华南 固守南京 连锁发展：速度、规模、效益第四章 组织再造 变与不变：苏宁的组织变革之路 战略决定组织 以大规模连锁战略为导向的三级组织结构 一个中心两个同心圆的服务网络管理体系 苏宁组织运作的要求：“四化”管理制度化 标准化 简单化 信息化 苏宁组织运作水平的持续提升：“四清运动”第五章 决胜人才 大规模连锁拓展下的人才难题 连锁未动 人力先行 欲造人才 先造模子 培训先行 流程造人 1200工程 百名店长工程 自主培养 内部提拔 职业化管理VS家族化管理 不用“职业经理人” 文化吸引人才第六章 服务为本 苏宁的服务理念 至真至诚 苏宁服务 服务是苏宁的惟一产品 顾客满意是苏宁服务的终极目标 苏宁的服务“四化” 组织专业化 工作标准化 员工职业化 管理信息化 苏宁的服务创新 创新服务 赢在细节 阳光服务 物流创造竞争优势 理念+能力：服务的真谛第七章 创新营销 整合供应链 创造大营销 从“零和”走向“共赢” 联姻海尔 协同并进 创造信息时代营销模式 引领手机营销模式 变革 3C攻略 竞合之道第八章 文化立业 《苏宁企业基本法》 制度重于权力 同事重于亲朋 社会价值、企业价值和个人价值的有效统 整合资源 合作共赢 创新标准 超越竞争 执著拼搏永不言败 塑造以细节为导向的“执行力”体系 全员皆商 全员服务 塑造人文服务品牌 寻找看似无形却有形的文化真谛 参考文献

## <<苏宁成长的真谛>>

### 编辑推荐

本书以苏宁的成长实践为研究对象来归结中国企业成长的一般规律和准则。作为一家民营企业，苏宁在15年前还是一个不足200平米的小空调专卖店；现如今已经迅速成长为一家逾7万员工、业务市场覆盖全中国的大型连锁企业，并作为中国流通业民族企业的旗帜与跨国家电连锁巨头们分庭抗礼。

<<苏宁成长的真谛>>

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>