

<<麦当劳准则>>

图书基本信息

书名：<<麦当劳准则>>

13位ISBN编号：9787111277606

10位ISBN编号：7111277600

出版时间：2009-10

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）法赛拉，（美）戈恩 著，曹蔓 译

页数：196

译者：曹蔓

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>

<<麦当劳准则>>

前言

谈起麦当劳，可能很多人和我最初的印象一样，就是一个感觉挺温馨，既适合就餐又适合聚会休息的好地方。

但是读完本书，我对这个企业，对它的成长和文化有了更深的认识。

感谢作者保罗生活化的语言，这种认识并不是那种教条枯燥的陈述，而是以亲身经历的故事来表现一幕幕成长之歌，其中有年少懵懂，有欢乐悲伤，更有无尽的激励和憧憬。

细细读来，时而今我会然一笑，时而让我恍然若思，时而又会让我产生感同身受的共鸣。

虽然我从未投身商海，但身边的朋友倒有不少或小或大的老板。

每次小聚聊起公司发展，他们多半都是问题不少。

最让我印象深刻的是，他们似乎并不缺资金，公司往往是发展到一定程度就很难继续实现突破。

他们抱怨最多的经常是如何留住好员工，如何激励士气，如何塑造形象等。

以前我总是单独地去思考这些问题，但读完这本书我发现其实他们的问题只有一个，那就是如何建立积极向上的企业文化。

很可惜的是，我们的国人虽然很善于学习，但有不少东西常常照猫画虎地搬过来才发现根本只是些面子工程和对外宣传时一个唬人的噱头而已。

如今在中国，有多少企业能建立起真正有效的文化，又有多少员工能从心底认同和接受企业文化呢？

我没调查过，不过我知道很多公司及其员工似乎只会喊喊口号，企业文化不过成了应付人的摆设。

<<麦当劳准则>>

内容概要

本书作者从16岁起即在麦当劳打工，从最基层的操作工一直做到地区副总裁。他从自己的工作心得出发，结合麦当劳管理人员和员工的实践，结合麦当劳企业文化的7个准则，正是这7个准则将麦当劳带向了成功，它们就是诚实与廉正、勇气、关系、赞赏、沟通、标准、榜样的力量。

虽然这些准则貌似老生常谈，但是却高度结合麦当劳的实际情况，正如作者所说，只有在麦当劳亲身工作过的人才能深切地表述这些准则。

令人印象深刻的是，麦当劳创始人雷·克罗克的管理准则能一直贯彻到今天，使麦当劳在中国等世界各地都有自己鲜明的特色和坚持。

同时，麦当劳起家到今日，员工和管理者中很多都没有读过大学，而是依靠实践成长，并自设汉堡包大学，整个文化是平等亲切的，加盟商可以随时打电话给CEO，CEO一定会在24小时内回复。

本书案例实在，有其独特之处，印证了书中一位受访者所言。当他被问及麦当劳与其他连锁快餐有什么区别时，他说：麦当劳有自己的灵魂。

<<麦当劳准则>>

作者简介

保罗·法赛拉是Inside管理顾问公司的总裁兼首席执行官，该公司位于纽约，为全球企业以及非营利组织和政府机构提供管理咨询服务。

此外，公司还推出曾在美国获得过奖项的一些培训项目。

在16岁上高中那年，保罗开始到麦当劳工作，此后除了有一年时间外，他一直没有离开公

<<麦当劳准则>>

书籍目录

译者序推荐序前言第1章 诚实与廉正：从君子之约说起第2章 关系第3章 标准：永不满足第4章 榜样的力量第5章 勇气：实事求是地表达自己第6章 沟通第7章 赞誉后记致谢作者简介

<<麦当劳准则>>

章节摘录

诚实与廉正，用这一章作为本书开篇再合适不过了。

正如麦当劳美国区现任总裁唐·汤普森所说的那样：“诚实和廉正是一切成就的根基，如果你不具备这种特质，就无法实现其他原则。

”雷·克罗克把诚实和廉正视为麦当劳文化的核心，其重要性如同谷物对餐饮行业一样不可或缺。

二十世纪五六十年代是美国餐饮行业盛行给回扣的时代，快餐连锁店都希望能在特许经营商采购过程中从供应商那里得到一定比例的回扣，而雷却没有这样做。

在1974年为某商校做演讲时，他是这样解释诚实的重要性的：“无论你做什么，不要为金钱而堕落。你必须在灵魂深处牢牢记住这一点，并且在每日行动中加以实践，让它成为你生命中必不可少的准则

。”奉行诚实和廉正，并且要求所有公司、特许经营商和服务商也这样做，雷和弗雷德·特纳成功地建立起一个体系，使所有股东能得到平等机会。

除此之外，麦当劳在很多方面的做法都是领先时代的。

从君子协定到公司的巡察体制，再到橡树溪总部无墙无门的布局设计，这些都充分显示了麦当劳的透明性，体现出强调正确做事、重视伦理道德的公司文化。

显然，正是这种深思熟虑才使麦当劳文化成功延续至今。

对此，唐·汤普森说：“我总是告诉每个人，尽管有很多事情都可以弥补和改正，但有三件事不行，那就是：说谎、欺骗和偷盗。

如果你做了其中任何一件，我都不会再信任你。

”正确地做事“雷曾经经历过那些恶习，”弗雷德·特纳回忆道，“美味冰当时就挣这种外快。

雷一开始销售搅拌饮品和冰激凌，后来卖勾兑饮料和软冰，再后来是混合饮料。

这些他全都经历过，因此很清楚整个行业是怎么操作的。

但他认为我们不能从供应商那里赚钱，这会让公司产生私利和冲突。

他认为这是不健康的行业发展，麦当劳不能这样做。

因此从第一天开始，雷就对回扣说。

”麦当劳前地区副总裁，现任唐金品牌公司运营副总裁的威利斯·斯玛特把廉正视为麦当劳公司的一部分。

他对我说：“我相信的确存在这种绅士约定，能让我们彼此真诚相待。

之所以我们放弃了代理商模式和由此产生的利润，我认为就是要树立一个典范，证明我们宁愿舍弃这样的机会，实现和特许经营商更为紧密的关系。

”雷所发挥的作用至今仍是不可替代的。

他在商业方面的敏锐感觉总是很正确，对于那些不把经营商的需要放在第一位的公司，雷对他们的前景判断尤其准确。

比如，纽约时报报道，脆又香曾是一家炙手可热的公司，但截至2005年却出现了两位数的经营损失，经营商因为各种原因纷纷破产，其中包括无力支付公司高额的特许费和采购费。

为帮助经营商成功，雷甚至同意供货商把折扣给特许经营商而不是麦当劳总公司。

他总是想尽一切办法使经营商降低成本，帮他们走向成功。

直到如今，这仍是麦当劳公司有别于其他特许加盟机构的一个重要的原则。

在我的咨询工作经验中曾和许多特许加盟公司合作过，我一直惊讶于他们对加盟商是否成功的漠不关心，而实际上，这样做的最终结果往往是反过头来伤害到他们自己。

基本上，大部分这种公司都只在乎加盟费和特许经营商能开多少家店，至于风险，统统都推给经营商自己承担。

<<麦当劳准则>>

后记

在为本书进行写作调研时，我发现很多受访者都非常强调书中介绍的7条原则，他们都认为正是这些原则铺就了麦当劳的成功之路。

在前面的介绍部分我说过，这些原则对读者来说可能并不是什么新鲜的观点，但其不同之处在于这些原则所体现出的深度和广度，以及麦当劳对它们的接受和支持程度。

当然，除此之外也包括其他一些因素。

这些原则构建了公司的核心价值，此外麦当劳还有一些具体特性和活动也间接推动了公司的成功，只不过它们没有体现出和7大原则之间明显的必然联系。

有时这些特性能发挥重要作用完全是时运所致，还有些情况下这些因素产生的结果则得益于当时个体之间的努力协作，得益于团队为某个目标付出的特定努力，或是纯粹得益于某人的个性。

它们都是帮助麦当劳实现成功的一部分。

这些特性和活动包括：三人领导雷·克罗克、弗雷德·特纳和哈里·索恩本三人分别是公司最具远见的领导、训练有素的战术经理和精明老道的财务专家。

尽管三人的关系历经时间考验，但他们组成了公司当之无愧的黄金团队。

此外，琼·马蒂诺的贡献也是不可磨灭的。

作为雷的秘书和后来的公司秘书兼财务主管，她为这支早期团队的顺利运转提供了巨大的支持。

由于三人的个性和行事风格各不相同，经常会导致彼此之间激烈的争论和对抗，甚至差点导致弗雷德·特纳的离开。

另外，唐·康雷和吉姆·辛德勒也对麦当劳的发展发挥过重要作用。

他们分别是公司首任加盟业务副总裁和负责领导厨房设计工程的主管。

这6个人的通力合作为麦当劳的早期发展奠定了坚实的基础。

而雷本人的巨大激励作用使大家坚信自己从事的是一项高尚的事业。

他们不但在早期发展中做出了很多重要决定，而且为公司确定了必须永远坚持贯彻的基本原则和核心价值。

<<麦当劳准则>>

媒体关注与评论

本书抒写了作者在麦当劳任期内的杰出信念，其经验经得起时间的检验，对于任何规模、任何行业的任何企业都适用。

——杰夫·金德勒 辉瑞制药有限公司董事长兼首席执行官 作者完全抓住了“麦当劳式成功”的永恒和本质。

这本书能帮助最普通的人实现最不可思议的梦想，是一本渴望成功者必读的作品。

——克莱尔·巴尔罗斯基 玩具反斗城公司执行副总裁兼首席运营官 本书动人地描述了各种情感和亲身体会，充分说明了麦当劳公司如何赢得员工以及如何激励他们努力实现成功。

——莎娜恩·威廉姆斯 麦肯食品有限公司地区副总裁 书中介绍了麦当劳如何在7条基本准则上建立起成功的商业模式，对所有希望取得成功的商业人士都颇有裨益。

——简·玛丽·霍洛维茨 花旗集团股份公司前任管理董事 关系、诚信和文化对麦当劳的重要影响不言而喻。

本书虽是个人经验之谈，却能很好地适用于各种商业环境。

——丹尼尔·亨利 美国运通公司首席财务官

<<麦当劳准则>>

编辑推荐

《麦当劳准则》由机械工业出版社出版。

<<麦当劳准则>>

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>