第一图书网, tushu007.com

<<麦肯锡方法>>

图书基本信息

书名：<<麦肯锡方法>>

13位ISBN编号：9787111292715

10位ISBN编号：7111292715

出版时间：2010-1

出版时间：机械工业出版社

作者：艾森·拉塞尔(Ethan M.Rasiel)

页数：170

译者：张薇薇

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

第一图书网, tushu007.com

前言

摆在你面前的这三本以麦肯锡命名的书——《麦肯锡方法》《麦肯锡意识》《麦肯锡工具》，绝对谈不上是名著，两位作者也不是什么大牛，它们在美国一再出版并极受欢迎，在我看来，既是因为书名中包含着世界顶级管理咨询品牌“麦肯锡”，更是因为三本书都紧扣“解决问题”这个在职场或者更大范围的人生的关键焦点。
作者提供给你的，不是居高临下的说教和炫耀，不是在今天的书榜上有点儿泛滥的煽情与励志，也没有打算帮助你补充什么缺失的领域知识（这些永远都补不完、学不够），而是希望你通过较为系统的学和练之后能够以某种方式“洗心革面，重新做事”，掌握这种“麦肯锡”的或者“解决问题”的有效方法论。
作者的写作初衷，就是想把麦肯锡的几招“看家本事”说与外人家，惠及普天下。
说到看家本事，15年来，我常常惊诧于学院里头的一些师弟师妹或者学生小子，青葱年少，摇身一变就成了麦肯锡公司的大牌顾问，往来尽高管，谈笑超自信。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书从五大方面揭示了麦肯锡工作的小窍门，作者从麦肯锡思考问题的方法开始，不仅介绍了麦肯锡解决商业问题的方法，同时也介绍了其于无声处听有声的推销方法。
想知道麦肯锡的生存之道吗？
想知道如何敲开麦肯锡这个顶级公司的大门吗？
想知道关于麦肯锡最有价值的回忆吗？
在麦肯锡方法的背后透视和规划了职场人的职业之路，本书是走向职场的必读之物。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

艾森·拉塞尔（Ethan M.
Rasiel）曾任麦肯锡公司咨询顾问，其客户包括金融、电信、计算机和消费品领域的众多知名公司。在加入麦肯锡之前，这位宾夕法尼亚州立大学沃顿商学院的MBA曾任伦敦水星资产管理公司股权基金经理，也曾是一位投资银行家。

第一图书网, tushu007.com

<<麦肯锡方法>>

书籍目录

总序(杨斌博士 清华经管领导力研究中心主任)
致谢
前言
第一部分 麦肯锡思考问题的方法
第1章 建立解决方案
与事实为友
对MECE原则应用自如
直奔问题的解决方案——初始假设
第2章 探索分析问题的方法
不要被表面现象所迷惑
利用前辈经验，不要做重复劳动(第一部分)
避免千篇一律
不要寻找事实去支撑你的提案
确保解决方案适合你的客户
有时，让解决方案来找你
对于解决不了的问题，那就随遇而安吧！

第3章“二八法则”与其他
二八法则
不要妄想烧干大海
找到关键驱动因素
电梯法则
先摘好摘的果实
每天绘制一张图表
一次只做一件事
以大局为重
如实相告，坦诚以对
不接受“我没有想法”这种回答
第二部分 麦肯锡解决问题的方法
第4章 拓展客户
如何做到功夫在诗外
谨慎承诺：严格规划项目
第5章 组建团队
合理选拔团队成员
一点联络感情的活动，会大有裨益
掌握火候，保持团队士气
第6章 层级管理
让老板脸上有光
层级管理的激进策略
第7章进行研究
利用前辈经验，不要做重复劳动(第二部分)
专题研究的秘诀
第8章 展开访谈
有备而来：准备一份访谈提纲
访谈中要注意倾听和引导

访谈成功的七个秘诀
尊重被访者的感受
棘手的访谈
一定要写感谢信
第9章 头脑风暴
适当的事前准备
为思想留一片空白
头脑风暴练习
第三部分　麦肯锡推介解决方案的方法
第10章 演示汇报
把汇报系统化
记住：努力的边际收益也是递减的
未雨绸缪，事先沟通
第11章 用图表说明问题
简单为上：一图明一事
用瀑布图来描述流量
第12章 管理公司的内部沟通
让信息流动起来
有效信息的三个关键因素
谨言慎行
第13章 与客户合作
让客户团队站到你这边
如何与客户团队中的“讨债鬼”打交道
让客户参与工作
获得整个公司的支持
实施要严谨
第四部分 麦肯锡生存之道
第14章 找到自己的导师
第15章 出差——乐在其中
第16章 出差必带的三件宝
第17章 好助手是你的生命线
第18章 麦肯锡式招聘
第19章 紧张工作之外，如何拥有私生活
第五部分 麦肯锡校友的忠告
第20章 最有价值的一课
第21章 关于麦肯锡的回忆

章节摘录

每次我请麦肯锡校友对于访谈给出最好的建议时，他们都会说：“ 写一份访谈提纲。
”许多人讨厌被采访，至少他们舍不得让你占用他们的时间。
访谈提纲堪称是成功从被访者那里获得需要的信息，并使大家的时间都得到充分利用的最佳工具。
在构建一份访谈提纲时，必须考虑两个层面的问题。
首先，你需要明确知道所问的问题是什么？
按任意顺序将它们记录下来。
其次，也更重要的是，从这次访谈中，你真正需要获得的是什么？
你试图达到的目的是什么？
为什么要采访某人？
定义访谈目的有助于你将问题按顺序排好，并对其进行正确的表述。
提前了解被访者也是大有好处的。
她是个爱挑刺的CEO吗？
假如你问及敏感问题，她会大发雷霆吗？
或者，她是不是一个中层经理，曾经请求公司进行变革但却没有予以理睬？
对于知道同样信息的两个人，你要采取不同的方法进行采访。
在麦肯锡，我们是这样受训导的：一般来说，一次访谈要从一般性的问题问起，然后进行具体问题的提问。
不要一头扎进敏感领域，例如“ 你的职责是什么？
”或者“ 你在这家公司工作了多久？
”先问一些平和的问题，如行业概况之类。
这将有助于被访者进入访谈状态，建立你们之间的和谐关系。
在确定访谈问题时，你可能想加入一些你知道答案的问题。
这听上去有悖常理，但却十分必要。

媒体关注与评论

阅读本书，用3个小时的时间获得在麦肯锡工作3年的经验。
——约瑟夫·艾尔索普 Progress软件公司董事长 《麦肯锡方法》读起来生动有趣、充满智慧，涵盖了有关解决问题、沟通访谈、团队建设和头脑风暴等广泛而多样的主题。
——保罗H.兹普金 杜克大学福夸商学院副院长 假如有更多的商业图书像《麦肯锡方法》一样实用、精炼和有趣，商业世界会变得更美好。
——珠莉·毕克 畅销书《致胜先机——微软成功的独门诀窍》作者 企业管理的必备参考书，有了《麦肯锡方法》的帮助，经理们处理问题时就像有麦肯锡专家亲临指导一样，还省下一笔咨询费。
——莫德·威斯勒 美国布鲁克斯自动化股份有限公司董事长 《麦肯锡方法》用有力的论证、流畅的文笔，描述了一个令人印象深刻的分析过程。
——彼得 A.布鲁克 国际创投公司董事长

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

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