第一图书网, tushu007.com

<<危机>>

图书基本信息

书名：<<危机>>

13位ISBN编号：9787307067370

10位ISBN编号：7307067374

出版时间：2009-2

出版时间：武汉大学

作者：岳贤伦

页数：247

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

<<危机>>

内容概要

《危机：向动物学生存的企业管理法则》主要内容为：市场总是千变万化的，在错综复杂的市场竞争中，企业随时都会遇到突如其来的危机。
如何进行有效的危机管理，是企业日常管理过程中所要经受的考验。

自然界是一个优胜劣汰的战场，每个动物都时刻扮演着“猎人”与“猎物”的角色，如何让自己始终处在“猎人”的位置，是每个动物址大的成功，因此，它们面对复杂的生存环境都十分小心，练就了一身的保命本领。

企业应该向动物们学习，谨慎管理、扬长避短，转危为机，让自己始终扮演“猎人”的角色。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

岳贤伦，笔名西岳，知名财经图书作者，资深传媒人、图书策划人。
著有畅销书《电话拜访客户细节训练》，《如何高效拜访客户》、《陌生拜访细节全书》等。

第一图书网, tushu007.com

<<危机>>

书籍目录

前言第一章 战略决策危机管理1. 权力分配：做一只善于授权的“ 黄鼠狼 ”2. 科学决策：像狐狸那样选择捕食方案3. 竞争意识：要学会做一只凶猛的鹰4. 危机意识：做一只高度警惕的青蛙5. 变革意识：善做“ 变色龙 ”6. 企业转型：蛹化蝶的痛苦7. 产业整合：企业是猫，是虎，还是狼？
8. 经营模式：向蓝鲸学习生存法则9. 流程重组：肓目列队的毛毛虫10. 机构改革：谁动了我的奶酪第二章 人力资源危机管理1. 组织结构：让团队发挥“ 蚁群 ”智慧2. 分工协作：像蜜蜂一样各司其职3. 用人机制：用4个胃消化食物4. 沟通危机：猫狗沟通不畅的误会5. 士气激励：公司需要活跃的“ 鲶鱼 ”6. 分配制度：学会给猎狗分骨头7. 群体效应：让员工成为互相激励的蚂蚁8. 奖励机制：对奖励产生反应的老鼠9. 绩效管理：杜绝员工之间的螃蟹心态10. 目标管理：松鼠忙碌着，快乐着11. 人才危机：用海鸥的心关怀员工12. 团队建设：鬣狗结成团队才能战胜猎豹13. 员工危机感：吼猴共鸣14. 学习力危机：培养多才多艺的河狸第三章 财务危机管理1. 断尾求生：草蜥的自卫绝招2. 借壳上市：黄鼠狼偷鸡的启示3. 资金融通：燕雀啄虫有高招4. 资金链断裂：鹿和狼的悲剧5. 财物管控：狡兔三窟的策略6. 资本运作：集体自杀的旅鼠第四章 生产危机管理1. 企业核心能力：貂熊用尿画牢2. 生产资源整合：牛环产生的奥秘3. 产品技术创新：不做瓶子里的跳蚤4. 产品质量控制：蜜蜂建造蜂房的秘密5. 产品质量危机：别让白蚁毁了千里之堤6. 产品模式创新：海牛逐船的后果第五章 物流危机管理1. 产品包装：让产品像孔雀一样光鲜照人2. 物流配送：恐龙的灭绝3. 供应链不畅：橘生淮北则为枳4. 物流资源整合：织鸟织窝的启示5. 运输资源整合：蚁柄树与益蚁相依为命第六章市场危机管理1. 市场调查：向白头叶猴学市场调查2. 市场资讯：蝮蛇百分之百的命中率3. 市场定位：熊猫的住地选择4. 市场创新：做一只敢吃香蕉的猴子5. 借势营销：海蜇与小虾的共生6. 渠道危机：白鼠实验的启示7. 广告危机：蟋蟀洞口的草丛第七章　安全事故危机管理1. 意外事故应对：蟾蜍的奇怪危机处理方式2. 事故预警机制：海蜇迅速躲风暴3. 事故防范机制：河狸筑坝的启示4. 事故处理机制：动物是如何自救的第八章　品牌危机管理1. 品牌价值：把你的品牌做成金丝燕的燕窝2. 品牌建设：像哺育企鹅一样培养企业品牌3. 品牌生存：把品牌装进海马的育儿袋4. 品牌信誉：做一只忠诚而有灵性的猎狗5. 品牌保护：长颈鹿的自我保护机制6. 品牌管理：像珊瑚虫一样建造品牌岛屿第九章企业文化危机管理1. 企业形象：海豚的助人为乐2. 企业价值观：北雁南飞3. 企业经营理念：做一条会摇尾巴的狗4. 企业文化理念：狼性生存哲学第十章公共关系危机管理1. 员工关系：河狸和谐的家2. 客户关系：向日葵围着太阳转3. 客户定位：老虎捕食的方略4. 客户忠诚度：训练鸽子的执著和忠诚5. 媒体关系：响蜜列生存的技巧参考文献

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