

<<品牌故事>>

图书基本信息

书名：<<品牌故事>>

13位ISBN编号：9787501775859

10位ISBN编号：7501775850

出版时间：2006-5

出版时间：中国经济

作者：《品牌故事》栏目组

页数：207

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>

<<品牌故事>>

内容概要

成功品牌是科学的发展观、先进生产力、先进文化的具体体现。

科学的发展观强调的是理性、进取、创新和可持续的发展，而不是急功近利以牺牲自己的诚信来获取小利的短视行为，这是打造品牌的基本法则。

一个成功品牌的经营者必须要以人文关怀为核心，应该以一种对社会、对消费者负责的心态去立人立事。

用责任、道德之心关怀大众，为整个社会的和谐发展尽勇者、智者之义务。

<<品牌故事>>

书籍目录

序前言全聚德张一元仿膳同仁堂内联升荣宝斋丰泽园协和医院老字号启示录 道儿 礼儿 涅槃 品牌五行眼擦亮金字招牌中华老字号在新时期崛起需要解决好的几个问题 从产品、品牌到强力品牌的蜕变 商道精神中国字号 后记 中华老字号中国茶寄语

章节摘录

放下架子国企创新拿思想开刀 内外兼修全聚德焕发新的生机 2005年4月1日,“全聚德”烤鸭新鲜出炉,它随着国航国际航线“飞”上了蓝天。让外国人在头等舱就能品尝到正宗的“全聚德”烤鸭,这是“全聚德”集团一系列创新中大胆而精彩的一笔。

但对于一个历经百年风雨的老字号来说,创新之路却注定处处充满坎坷。

1993年10月,43岁的姜俊贤刚刚坐上“全聚德”集团总经理的位子,正当他踌躇满志、准备大干一场的时候,一篇消费者投诉北京烤鸭店宰客的文章却兜头泼了他一盆凉水。

姜俊贤(全聚德集团董事长):客人的批评和媒体的报道,是符合我们当时“全聚德”实际情况的。

我们从经营者到服务人员到厨师,似乎不怕没有人来吃饭,你来吃饭是你求着我。

在菜品质量上,在服务上,在环境上,工作态度上或多或少,表现出店大欺客的作风。

当时,北京餐饮业竞争的态势已经初步显露,各类南北大餐你方唱罢我登场,洋餐饮更是纷纷抢滩,都在想出各种办法吸引顾客的目光,而“全聚德”却依然一副老样子,此时的姜俊贤再也坐不住了。

姜俊贤:后来我们认识到如果不改变这种服务态度,有朝一日,我们会被顾客甩在一边,到那个时候,我们就会没有生意。

最后,我们自己也就没有办法生存,应该看到这是企业生死攸关的大事。

多年从事饮食服务工作的经验告诉姜俊贤,消费者的投诉决不是偶然现象,而是计划经济体制种种弊端的必然。

它长期扎根于人们的头脑中,已形成了习惯,“全聚德”这块老匾的生死,就握在“全聚德”人自己手里。

不久,姜俊贤就做了一件出人意料的事情。

姜俊贤:我当时印象很深的一件事情,就是到我们最大的一家店——和平门,看到一楼大厅的业务台,那是一个很高的大理石台面,服务员就在台子后面来接待订餐的顾客,这个台子给人的感觉这儿好像不是一个餐馆。

姜俊贤力主拆掉这个台子,而大家的反应却令他始料不及。

姜俊贤:当时一些员工和领导不太理解,说我们这个台子很漂亮啊,这么多年都这么用了。我说我们看这个台子不是从它自身的价值,而是我们以后都不可以在形式上和行为上让顾客和我们有隔阂。

拆掉一个小小的台子,居然会引来如此强烈的反应,姜俊贤体会到了在这样一个有着四十多年计划经济思维定式的老国企,扭转观念的难度到底有多大。

姜俊贤:“全聚德”这个企业最大的优势或者最大的资源,就是它有这样一个金字招牌,但是正因为有一百多年的历史,就是传统的思维理念,往往禁锢和限制我们企业的改革和发展。我有这样一个体会,几乎每一步的改革,每一步的发展都伴随着与传统的习惯势力、传统的旧的思维模式的一种抗争。

横在顾客和“全聚德”之间的台子终于被拆除了,但姜俊贤明白,拆掉一个台子还远远不够。

很快带有“全聚德”字头的一系列改革创新制度应运而生,这些以考核量化奖惩为特点的制度一经推出,就在职工中产生了强烈的反响。

有一天,厨师长顾九如发现,有三十多年工龄的老厨师李宝顺忽然变得一言不发、情绪低落。

原来李师傅在最近的一次“全聚德”烹调技术考核中考了个不及格,按照集团规定降了一级工资。

其实降一级工资倒也没什么,让李师傅不能理解的是每个厨师的考核成绩,都必须在“全聚德”前门店当堂贴出来。

<<品牌故事>>

李宝顺(全聚德集团厨师):当着那么多人,一贴出榜来谁谁多少名,谁也不愿意拿最后一名。
没受过这么大压力,也没有这么考过,头一次考心理发慌,也害怕,都怕考不好。

顾九如(全聚德集团总厨师长):我逗他,你是一个老江湖了,居然在这儿翻了船,那么说你还是自身有问题,要找一找。

就是拿这个没有当回事儿,没有想到店里头厨师的管理真这么严,这刀真下去了,真切上了。

就这样伴随着不适应和阵痛,在十多年间里“全聚德”历经内部人事制度、激励机制等五次重大的改革,与此同时“全聚德”留在消费者心中的陈旧印象也在悄悄地发生着变化。

然而刚刚喘了一口气的“全聚德”人马上发现,他们根本没有喘息的机会,更大的挑战还在后面。

<<品牌故事>>

编辑推荐

这本书专门讲述了全聚德、张一元、荣宝斋等八个老字号企业的故事。

俗话说，外行看热闹，内行看门道。

在这本书里，大家都有热闹可看，都有门道可学。

你可以看到这些老字号企业是怎样打理自己，是怎样为自己注入新鲜的血液，是怎样与时俱进，从而保住自己这块金字招牌亮光可鉴，乃至光芒四射的。

当然，这本书从头到尾摒弃说教，坚持讲故事的风格，尊重观众、读者，让受众自己体悟老字号的灵魂、老字号的精神、老字号的风采！

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>