

<<道·法·术·势>>

图书基本信息

书名：<<道·法·术·势>>

13位ISBN编号：9787501793952

10位ISBN编号：7501793956

出版时间：2010-1

出版时间：中国经济

作者：唐玉明//江涛//谭蔚赞//刘勇

页数：290

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>

前言

唐先生玉明是我的同窗兼挚友，从事保险业已十余载，披荆斩棘，颇多体会与感想，归纳其心得为“道、法、术、势”四字，望能与同仁分享，因忙于实务，在给出了本书的提纲和基本思想之后，委托我的三位学生来充实之。

寿险公司经营管理的“道”、“法”、“术”、“势”，是指公司的发展与运作，既要从小处着眼，又要从小处着手；既要有宏观战略思维，又要有微观实务操作；既要有外在技术手段，又要有内在文化软实力；既要具备客观物质的基础，又要发挥人的主观能动作用。

所谓“道”，是指在经济全球化的背景下，必须依据寿险公司所处的内外部环境，以战略的高度，开阔的思维，把脉行业发展的总体趋势和动向，确立公司发展使命，规划公司的发展方向和发展战略，认识寿险公司发生、发展规律，做到与时俱进，实现公司的可持续成长。

所谓“法”，是指在“道”的指引下，寿险公司必须基于自身的条件和外部环境，依照一般原则设计自己公司组织结构，规范公司经营管理的操作流程，使之步调协调，动作规范，才能适应内外环境的变化。

在公司的成长与发展中，人是起决定作用的因素，特别是开动航母的舵手——领导者的能力与素质。

公司经理们不仅要有开动航母的远大理想，还要有驾驭航母之“术”，他们不仅需要具有带领好自己的团队，使之上下一心、协同作战之“术”（团队管理），而且需要具有实现公司战略目标之“术”（绩效管理），从而对他们自身能力的修炼之“术”的掌握提出了必然的要求。

<<道·法·术·势>>

内容概要

寿险公司经营管理的“道”、“法”、“术”、“势”，是指寿险公司的发展与运作，既要从大处着眼，又要从小处着手，《道·法·术·势：寿险公司经营管理谋略》从宏观战略思维、微观实务操作、外在技术手段、内在文化软势力等方面阐述寿险公司经营管理策略，对寿险公司管理者及从业人员具有参考价值。

作者简介

唐玉明，男，1968年生人，经济学硕士，现任新华保险陕西分公司总经理。他是一位颇具改革创新精神，理论素养较高的学者型职业经理人，在业界有儒将的美誉，曾获得陕西十大红旗人物、十大诚信企业家等称号，其《企业成长三阶段论》、《企业经营管理十五大辩证关系》、《企业经营管理八大体系》、《管理是一种生态美学》、《禅悟新华》等论文在业界引起了广泛关注。

书籍目录

道：战略篇第一章 寿险公司之使命与社会责任第一节 寿险公司概述第二节 寿险公司的使命第三节 寿险公司的社会责任第二章 寿险公司之愿景第一节 愿景内涵第二节 寿险公司的愿景第三节 从公司使命到公司愿景第四节 建立和贯彻寿险公司愿景第三章 寿险公司之经营理念第一节 经营理念的含义与要求第二节 顾客满意的经营理念第三节 经营理念与永续成长第四章 寿险公司之战略目标第一节 战略目标的内容、结构与特点第二节 目标管理第三节 战略目标的制定过程第四节 关于战略目标的认识误区第五章 寿险公司之平衡计分卡体系第一节 平衡计分卡的产生与发展第二节 财务维度第三节 顾客维度第四节 内部业务流程维度第五节 学习与成长维度第六节 总体框架第六章 寿险公司之战略地图第一节 从平衡计分卡到战略地图第二节 价值创造流程第三节 无形资产第四节 构建战略地图案例分析相关链接法：结构流程篇第七章 寿险公司之组织架构第一节 概述第二节 组织设计第三节 组织设计的基本原则第四节 组织设计应考虑的主要因素第五节 寿险公司组织结构设计的基本内容第八章 组织结构选择策略第一节 寿险公司组织结构的类型及特点第二节 我国寿险公司组织结构的一般模式第三节 国外寿险公司的组织结构借鉴第四节 寿险公司组织结构的演化趋势及应变策略第九章 寿险公司之经营流程第一节 投保流程第二节 核保流程第三节 承保流程第四节 保全流程第五节 理赔流程第十章 寿险公司之管理流程第一节 营运管理流程第二节 财务管理流程第三节 资金管理流程案例分析相关链接术：动作篇第十一章 寿险公司之经理能力第一节 寿险公司职业经理人第二节 寿险公司经理人标准第三节 寿险公司经理人基本领导技能第四节 寿险公司经理人高级领导技能第十二章 经理人自我管理第一节 经理人为什么要自我管理第二节 经理人自我管理十步骤第三节 经理人自我管理的内容第十三章 寿险公司之团队管理第一节 团队含义、特征与结构第二节 团队的主管第三节 如何管理团队第十四章 寿险公司之绩效管理第一节 绩效考评的功能、目的与原则第二节 绩效考评的内容和方法第三节 绩效考评的实施和改善案例分析相关链接势：文化篇第十五章 寿险公司之文化第一节 企业文化的涵义与功能第二节 寿险公司文化的内涵与特征第三节 寿险公司文化建设的原则第四节 寿险公司文化塑造第十六章 寿险公司之人力资源第一节 寿险公司人力资源管理概述第二节 寿险公司人力资源管理的主要内容第三节 寿险公司人力资源培训第十七章 我国寿险市场现状与展望第一节 我国寿险市场现状分析第二节 我国寿险市场展望第十八章 寿险营销第一节 寿险市场营销的概念第二节 寿险营销环境分析第三节 寿险促销策略第四节 寿险营销渠道案例分析相关链接参考文献

章节摘录

尽管人寿保险公司名称为“人寿”，事实上它所经营的却是“人身保险”。

人身保险是以人的身体或生命为保险标的一种保险。

根据保障范围的不同，人身保险可分为人寿保险、意外伤害险和健康险。

人寿保险是以人的生存或死亡为保险标的，在保险期限内，当发生保险事故时，保险人对被保险人履行给付保险责任的一种保险。

人寿保险包括死亡保险、生存保险和生死合险。

意外伤害险是指被保险人在保险有效期内因遭遇非本意的、外来的、突发的意外事故，致使身体蒙受伤害因而残废或死亡时，保险人按照合同约定给付保险金的一种人身保险。

该险种可以单独办理，也可以作为其他人身保险合同的一种附加险。

健康保险是指对由保险人向被保险人提供因疾病、分娩而造成的经济损失提供经济保障的一种保险。

它包括一般的健康保险、医疗费用保险和无工作能力丧失收入保险。

但是，按照习惯我们依然把经营人身保险的公司称为人寿保险公司。

由于寿险公司经营的是被保险人转嫁的生存或死亡的风险，因此，寿险公司的定义有传统和现代之分。

传统的寿险公司，是以公司所经营的产品为导向的，定义为人身保险产品的提供者或人身风险的经营

者。

现代的寿险公司是以市场需求为导向的，定义为人们所需保障及相关服务的提供者。

例如，不少寿险公司声称要办成一个“最佳的服务公司”，而不是普通的“人身保险产品的提供者”，这意味着寿险公司不仅要为客户提供人身保险产品，而且要以优质的服务不断满足客户的服务要求。

因此，寿险公司以市场需求定义比以产品定义更为重要，这种定义要求寿险公司的经营必须被看成是一个满足客户各种服务要求的过程，而不仅仅是一个销售保单的过程。

销售保单是短暂的，而客户的需求则是持续的。

例如，简易人身保险在普通人寿保险问世后逐渐被淘汰，但人们的人寿保险需求则是恒久存在的。

因此，寿险公司只有适应现代社会的要求，将自己定位为提供人身保险服务，才不会被淘汰。

二、寿险公司的功能 在社会经济活动中保险公司所发挥的功能十分广泛，大体上可分为两类：

一类是作为组织保险经济活动和经营保险业务的专业公司的功能，其中包括组织经济补偿功能、防灾防损功能和社会管理功能；一类是作为金融机构的保险公司的融通资金功能。

编辑推荐

公司经营的目标如何通过管理的手段让企业这个不断成长的生命体保持生命的永恒。
经营者要立德、立行、立身，在经营过程中通过不断地自我扬弃与跨越，升华公司进化的境界。

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>