

<<总经理把私营公司做大做强的288条妙计>>

图书基本信息

书名：<<总经理把私营公司做大做强的288条妙计>>

13位ISBN编号：9787502162740

10位ISBN编号：7502162747

出版时间：2007-11

出版时间：石油工业

作者：王福振

页数：362

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>

<<总经理把私营公司做大做强的288条妙>>

内容概要

本书较之于琳琅满目的企业管理著作和大学MBA教材，最为显著的价值和特征是它的实践性和可操作性：言简意赅，系统完整。

私营公司的总经理们不仅可以从本书中学到目前发展所需要的知识，更重要的是能通过这本书获取洞察未来，把握公司成长方向的能力，掌握私营公司竞争力的提升之道，对私营公司的管理和做强做大起到如虎添翼的作用。

本书在研究私营公司从起步到做强做大的历程的基础上，从私营公司的创立到发展。

从生产到营销，从财务到战略，从质量到品牌，从用人到产品创新，从谈判到攻关，共提出了288条将私营公司做强做大的妙计。

深入浅出地分析了私营公司的各个方面，解决了私营公司的总经理在领导公司前进过程中可能遇到的诸多问题。

每一位在私营公司打拼的职业经理人都应该读一读本书。

<<总经理把私营公司做大做强的288条妙>>

书籍目录

一、创业之路很艰辛，风雨过后是彩虹 1.创立公司，选好行业 2.稳扎稳打，不急不躁 3.开源节流 4.不疏小利，积少成多 5.积累信誉 6.工作无小事，细由勤中出 7.小生意靠勤奋，大生意跟趋势 8.赢在创新 9.最好的服务就是不需要服务 10.大势不好未必你不好 11.无论方向朝哪里，只要大家一致，总能赢 12.今天很残酷，明天更残酷，后天很美好 13.把热忱展示出来 14.不要盲目做大 15.简单是一种智慧

二、总经理要有野性，更要理性 16.进退有方，不贪不恋 17.继续往你取经的地方去 18.权利越大越要谨慎 19.不与大公司对着干 20.小本生意重在周转爽快 21.行胜于言 22.日事日毕，日清日高 23.产品成型、市场成型与管理成型 24.利用优惠政策 25.私营公司发展要跨的二道门槛 26.私营公司要迈的四道梁

三、公司成长过程中必须解决的10个问题 27.核心业务受到冲击 28.高级人才的短缺 29.人际关系复杂化 30.创新不力 31.利润摊薄 32.面临二次创业 33.联合还是分家 34.力不从心 35.政策变化 36.信息混乱与知识不能共享

四、总经理也要不断给自己充电 37.合理的知识结构 38.学习能力 39.随时了解技术方面的发展 40.专业决定卓越 41.心理素质 42.不要忙于出名 43.请教学者、专家 44.多与同行交流

五、总经理必备的领导艺术 45.李克特的领导方式 46.方格图理论 47.权变式的领导模型 48.领导的“连续体”模式 49.领导者与管理者的区别 50.多一些领导 51.有效的领导 52.独特的个人魅力 53.领导者的特有才能 54.耐心倾听是领导必须练的基本功

六、带出一批精兵强将是总经理的头等大事 55.文凭与水平 56.好马与烈马 57.有德与有才 58.新人与旧人 59.完人与能人 60.合适的人与合适的位置 61.学会做教练 62.说服下属先要改变他的思维方法 63.团队中的关键人物 64.把不同风格的人捏合在一起 65.靠团队而不是哪一个人 66.得力亲信 67.培训计划 68.培养计划 69.认识“海归” 70.用人观念上的几个误区

七、总经理要“管得少”，又要“管得住” 71.高效的管理是公司发展的必要条件 72.生产管理系统图 73.专利管理 74.现场质量管理 75.重视基本数据 76.组织设置与管理 77.官僚作风 78.有效的目标管理 79.目标管理实施细节 80.管理的层次 81.不要错把管理当经营 82.尝试进行战略管理 83.变经验管理为科学管理 84.变粗放管理为精细管理 85.变命令管理为制度管理 86.以人为本 87.授权、放权的艺术 88.最好的管理就是“少管理” 89.家长制正在面临挑战

八、顾客看质量，也认牌子 90.事后控制不如事前控制 91.通过资本运营加速品牌成长步伐 92.同业合作 93.质量管理八项原则 94.认识ISO9000系列标准 95.ISO9000系列标准的给公司带来的好处 96.品牌权益 97.品牌维系 98.品牌管理 99.同名品牌扩张：产品种类延伸 100.异名品牌扩张：产品种类细分 101.产品品牌不能忽视不同人群的不同需求 102.知名与好感不同 103.品牌建设千万不要表错了情 104.在品牌接触点上赢得顾客 105.品牌接触点的三个层次 106.斜坡理论

九、打造好产品：代理商主动上门，生意就好做 107.给产品起个好名字 108.从量变到质变 109.好产品的二次生命 110.寻求差异 111.专业促进卓越 112.以质取胜 113.成本领先 114.利用高新技术来延长产品的寿命 115.利用高新技术锐意进取，后来居上 116.嫁接理论，出奇制胜

十、一切要围着顾客转，围着市场转 117.明确公司使命 118.总经理是职位最高的推销员 119.产品定位——确定产品的内涵和外延 120.如何确定产品的最终客户 121.解决营销定位 122.制定价格的方法 123.渠道为王 124.促销策略 125.只有疲软的思想，没有疲软的市场 126.中国营销第一法则：造势 127.长计划，短安排 128.以经销商为中心，还是以顾客为中心 129.年度计划控制 130.圆圈理论

十一、资金是整个链条中的最重要的一环 131.牵住银行的牛鼻子 132.不需要钱的时候借钱 133.融资十戒 134.筹资的原则 135.筹资方式 136.资本结构 137.解决现金流问题的措施

十二、经营公司，其实也是经营关系 138.悟商道，通商路 139.学问好不如人缘广 140.让语言表达幽默一点儿 141.正面攻关与侧面攻关 142.修好与政府的关系 143.寻找政府的支持或调解 144.应付媒体的妙招 145.与顾客修好缘分 146.找市场与找市长 147.处理好与公益事业的关系

十三、谈判不是打嘴仗，而是拼心理 148.说服股东的艺术 149.面对热情的对手，不能忘记自己的目的 150.面对冷静的对手，寻找弱点攻击 151.面对霸道的对手，据理反驳 152.有所谈有所不谈 153.足够的耐心 154.立足双赢 155.小环节中藏着大学问 156.价格谈判策略与技巧 157.安全答话 158.避免陷入对方的谈判陷阱

十四、总经理要把握好公司发展的大方向 159.战略一定要清晰 160.辨证地区分大事和小事 161.朝着“不可能”的目标努力 162.新业务领域选择和进入战略 163.跨越发展与循序渐进的关系 164.近期效益与长远发展的关系 165.决策过程中应注意的问题 166.无节制扩张发展吃恶果 167.决定行业赢利的5种力量 168.不适宜进入新兴行业的时机 169.成熟行业的战略隐患 170.成熟行业竞争战略的制定 171.迅速放弃战略 172.发展中期要杜绝六个盲目 173.集中一点战略

十五、不怕有风

<<总经理把私营公司做大做强的288条妙>>

险,就怕不谨慎 174.明确方针,少走弯路 175.调查摸底,制定计划 176.抓住万分之一的机会 177.多出点子,扩充内容 178.投资之前先吃透政策 179.选项应符合法律法规 180.选择好的项目 181.分析经营风险 182.选项应注重自身的资源能力 183.选项应有适当的规模 184.产业资本与金融资本融合 185.风险投资家玩的是创意 186.单一扩张与多元扩张的选择 187.收购和兼并是公司快速发展的重要手段 188.私营公司应该避免掉进合资陷阱十六、不怕竞争,就怕不善于竞争 189.提高盈利能力 190.为自己物色一个竞争对手 191.位次竞争思路 192.市场跟随者竞争思路 193.市场补缺者竞争思路 194.私营公司竞争能力统计分析 195.明确自己的竞争优势 196.集中优势兵力攻克目标 197.树立竞争的心态 198.时刻保持竞争压力 199.了解竞争对手 200.竞争中的不竞争 201.用概念区隔与强势对手的正面对抗 202.学习他,研究他 203.成长的秘密:合作与共荣十七、总经理需拿捏好激励的艺术 204.设计激励机制基本策略 205.激励方式 206.压力与激励并重 207.赛马不相马 208.人员定量考核 209.精神激励:把人内在的东西调动起来 210.与目标结合 211.按需激励 212.公开公平原则 213.应全面调动下属的积极性 214.形象激励 215.团队激励 216.长期激励的方式十八、公司文化是公司中的宗旨 217.公司文化的内容 218.公司文化对公司的意义和价值 219.公司文化的层次 220.不正常的公司文化 221.长盛不衰公司的文化特点 222.坚持不懈 223.自上而下 224.忙碌不等于高效率 225.鼓励建设性的良性冲突十九、酒香也怕巷子深——公司的宣传不容忽视 226.变坏事为好事 227.形象定位 228.知名度和美誉度 229.崇高的使命 230.公益活动使公司扬名 231.实至名归二十、没有彻底的执行,一切都是空谈 232.要有一套坚决贯彻的经营思想 233.不要患上国企病 234.控制的重点 235.授权情况下的监控 236.执行不力二十一、开一个高效率的会 237.会议时间不要安排过长 238.不邀请无关的人与会 239.安排专人跟进会议决议的执行情况 240.开会的常见弊病 241.应当放弃讨论的6种情况 242.达成一致二十二、名为治平无事,实有不测之忧 243.保持手头现金,做到有备无患 244.密切注意流动资金的占用情况。防患于未然 245.花架子能不搞就不搞 246.不要被危机吓倒 247.危机事件发生后的处理办法 248.巧妙利用危机 249.要尽量减少内耗 250.危机管理的内容 251.危机管理的周期 252.处理危机的9个方法 253.舍车保帅,达到重生 254.让正面声音出来二十三、充分意识信息的价值 255.聊天的内容里有大量有用信息 256.建立高效的信息系统 257.敏锐的情报感应能力 258.信息越快越准,赚钱越快越多 259.提取有效信息 260.时变我变,及时收缩二十四、总经理算大账,也要算细账 261.账目制度 262.短期财务报告制度 263.完善4类报表,实现公司价值最大化 264.总经理一定要熟悉——资产负债平衡表 265.总经理一定要熟悉——损益表 266.总经理一定要熟悉——现金流量表 267.财务部门全程参与重大经营决策活动 268.推行全面预算管理 269.在合法避税上找回一些利润 270.强化资金管理 271.建立会计信息决策支持系统 272.成长性公司财务管理的四个问题二十五、节约的都是利润 273.在细节处体现节约 274.培养员工主动节约的精神 275.注重积累 276.带头节约 277.勤俭两者不可偏废 278.浪费一张纸,也会使商品价格上涨 279.节俭与成本的聚变效应二十六、经营公司不得不防的商业诈骗 280.合同书上的骗局 281.证件印章诈骗 282.广告中的骗术 283.谎言欺骗 284.美人计 285.空手套白狼 286.做生意最好实地调查 287.索要好处费的人 288.不温不火的钉子户

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>