

<<足道>>

图书基本信息

书名：<<足道>>

13位ISBN编号：9787506035125

10位ISBN编号：750603512X

出版时间：2009-5

出版时间：胡芝容 东方出版社 (2009-05出版)

作者：胡芝容

页数：334

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

管理是企业永恒的主题。

20世纪末，MBA风靡全球，哈佛案例享誉世界。

不过，西方企业的成功经营理念和经验是在西方国家的国情上产生的，由于中西方经济文化的巨大差异，并不一定适合中国企业。

国人更需要学习和借鉴的是中国人自己的成功经验，希望看到的是符合我国国情并由中国企业家自己执笔的企业管理著作。

重庆富侨保健服务有限公司总经理胡芝容女士（系政协重庆市第三届委员会委员）作为知名的成功企业家，拥有丰富的企业管理经验，她把平时工作中的讲话稿、学习心得、读书笔记、真实案例编纂成册，内容包括对现代管理模式的探讨，传统管理思想的发掘，管理实践中的心得体会和经验教训等等

。至此，一部合乎我国国情，顺应市场经济规律，从实践中走来，注重科学性、规范性、灵活性、实用性的企业管理专著，终于呈献在读者诸君的面前。

本书最精彩的地方是作者在管理实践中敢于超越前人、敢于战胜自我的一些新思路以及与之相关的真实鲜活的案例。

字里行间，展示出作者做人的态度：博爱的胸怀、个性的语言、泼辣的风格、乐观的天性，让一本原本枯燥乏味的企业管理著作变得生动活泼起来。

<<足道>>

内容概要

《足道：富侨团队管理之道》是重庆富侨保健服务有限公司总经理胡芝容女士多年来从事服务行业管理的经验与体会的结晶，在足浴保健行业中颇具代表性，是值得服务业者特别是保健服务企业管理者阅读的重要著作。

全书共分五个部分，探讨如何建设一流企业，如何优化管理水平，如何提升管理者的素质，如何改善服务质量，如何拥有健康的人生态度等问题。

书中既有理论的表述，又有真实案例的映证，二者相辅相成，融知识性、趣味性于一体，并充分体现了女性作者的写作特点。

作者简介

胡芝容，女，汉族，生于1963年4月，重庆市人，美国美联大学工商管理博士。保健按摩高级技师，“富侨保健”创始人之一，重庆富侨保健服务有限公司法定代表人、总经理。曾组织编写《重庆富侨公司企业标准》，参与起草《足浴保健企业等级划分技术要求国内贸易行业标准》和《足浴保健经营技术规范国内贸易行业标准》，参与编写“进城务工实用知识与技能丛书”《实用按摩技能》和《实用足疗技能》。2006年荣获全国服务农村青年转移就业先进个人、全国巾帼建功标兵，2007年当选为政协重庆市第三届委员会委员。

书籍目录

第1篇 企业建设篇第一章 企业与社会第一节 企业对社会的贡献第二节 企业对社会的感恩回报第三节 企业的博爱精神第二章 企业文化第一节 企业文化和企业精神附录：富侨公司和富侨企业文化第二节 富侨商标与品牌第三章 人才与培训第一节 企业选才第二节 企业培训第三节 企业用人第四节 为自己打工第2篇 管理策略篇第一章 管理定律第一节 认识管理第二节 管理定律第二章 管理方法第一节 基本方法第二节 人本管理第三节 富侨提倡的管理方法第四节 怎样教育后进员工第三章 管理艺术第一节 说话的艺术第二节 奖励的艺术第三节 批评的艺术第四节 沟通的艺术第五节 消除隔阂的艺术第六节 自我调整的艺术第四章 管理规则第一节 因事用人规则第二节 用人不疑规则第三节 网罗人才规则第五章 领导智慧第一节 领导与管理的关系第二节 科学管人第三节 大智若愚第四节 征服人心第3篇 管理思维篇第一章 多脑并用显神通第一节 左脑思维加右脑思维第二节 水平思维第三节 逆向思维第二章 情商与影响力第一节 情商第二节 情绪智力第三节 管理者要有好情绪第四节 做一个和谐的管理者第三章 管理者的素质修养第一节 管理者具备的心理素质第二节 如何调整管理思路第三节 管理者的影响力第四节 小孩与无为的哲理思考第4篇 服务理念篇第一章 有关服务的基本知识第一节 服务的概念及特点第二节 服务就是商品第三节 服务人员的基本素质第四节 留住顾客的注意事项第五节 微笑服务第二章 如何赢得消费者第一节 了解顾客的消费心理第二节 抓住顾客的消费心理第三节 把握消费者的习惯变化第四节 引发消费者的心声第五节 锁定自己的消费群体第六节 认真听取顾客的抱怨第七节 顾客的认可是最大的鞭策第5篇 处世之道篇第一章 一生三谋第一节 善处世第二节 巧说话第三节 能成事第二章 做自信的人第一节 信心第二节 认识自己第三章 生命的意义第一节 生命因健康而美丽第二节 生命因博爱而久长第三节 幸福是永不停息的奋斗过程

章节摘录

第1篇 企业建设篇第一章 企业与社会第一节 企业对社会的贡献一、企业与社会的双赢西方经济学家亚当·斯密曾经说过：“人们在追求私利的过程中，却无意中推动了社会进步。

”企业是以盈利为目的的，为了这个目的，企业进行知识创造开发、各类模型设计、经营方案策划、产品制造经营，为社会提供产品和服务。

但是，企业与社会又不是截然分开的，企业与社会有着千丝万缕的联系。

从企业自己的角度来说，要保障员工的尊严和福利待遇；从企业对社会的影响来看，要发挥企业在社会环境中的良好作用。

总的来说，企业的社会责任可分为经济责任、文化责任、教育责任、环境责任等几方面。

就经济责任来说，企业主要为社会创造财富，提供物质产品，改善人民的物质和文化生活水平。

企业还有对社会的文化责任和教育责任，企业要为员工提供良好的劳动环境，教育员工在行为上符合社会公德，在生产方式上改进技术的同时，注意符合环保要求。

所以说，企业与社会之间关系密切。

这是因为企业通过生产经营活动取得经济效益的同时，也产生了社会效益，对社会做出了贡献。

这就是企业与社会的双赢，也是一个企业良性发展的正确道路。

在全国范围内，企业发展壮大，带活一方经济的双赢案例不胜枚举。

富侨公司正在这一点上努力做得更好。

重庆市江津区是富侨公司保健按摩师的主要来源地，到目前为止，江津约有1.5万人在富侨从事足疗保健技师工作。

他们每年给江津带回上亿元人民币的财富，被誉为中国足道之乡。

富侨公司的发展也得到了政府和社会的支持。

现在，

全国足浴保健经营技术规范已经出台，这对足浴行业的长远规划、足浴企业创建自主品牌，走向全国乃至世界提供了便利。

富侨公司在自己发展壮大的同时，不忘回馈社会。

2008年5月12日，四川汶川县发生8.0级大地震，举国震惊。

天灾无情，人间有爱。

5月13日，公司领导得知地震灾情后，对灾区情况给予了大力关注，当即表示捐助现金10万元支援灾区，并积极动员公司全体员工踊跃捐款，奉献爱心，企业和员工共计捐款25万余元。

二、企业的成就与责任企业存在的第一要务是获取利润，赢得生存和发展的空间。

这是由激烈的市场竞争所决定的。

而企业在取得经济效益的同时也将对社会做出相应的贡献。

这种贡献大致可以归纳为四个方面：1.满足广大顾客人群的正当需求。

企业通过自己的产品和服务，满足顾客的需求，有利于人们提高自己的物质和文化水平。

同时，企业也会得到顾客的承认，建立企业的信任度，进而促进企业的发展。

因此，企业在生产产品和提供服务时，应该把顾客的利益放在首位，满足他们的需求。

2.促进国民经济的增长，增加国家税收。

企业是国家税收的重要来源之一。

一方面，企业的良性发展直接影响到国家税收的增加和国民经济的增长；另一方面，企业的发展也离不开国家。

企业必须遵循国家的法律政策，制定有利于本企业生存和发展的策略；同时还要不断地调整企业内部结构，运用企业机制不断适应新的管理方式、新政策。

国家的强大和繁荣也是企业逐渐发展壮大，走出国门，成就民族品牌的强有力的保证。

3.促进社会就业，解决农村剩余劳动力的就业问题。

随着我国改革开放的进一步发展和农村经济结构的调整，农村出现了大量的剩余劳动力。

这些劳动力要实现就业，就必须有企业提供相当多的就业岗位。

<<足道>>

因此,企业的发展,生产规模的扩大,带来大量的就业岗位,促进社会就业问题的改善,减少失业人口的数量,促进社会的和谐发展。

4.促进企业与企业之间,企业与社会各界之间的良性互动。

社会是一个有机体,成熟的社会文明往往有着精密的社会分工和合作,使得社会机制有条不紊地运行。

企业的发展,需要得到其他企业的协作,而反过来也促进彼此之间的共同发展。

企业是社会的一份子,企业发展了,才可能有更多的人力、财力和物力参与到社会活动中,能够关注全社会精神文明的建设,同时也逐步构建起企业自身的文明创建和精神需求,使得社会和企业能在良好的文化氛围中取得协同发展。

企业的发展,对社会的物质贡献是直接的,而对社会的文化贡献则相对间接。

企业主动参与社会的文化建设是由企业者的聪明才智和企业员工的素质来决定的。

企业应当清醒地看到自己对社会的贡献,才能真正了解自身的价值和在社会分工中所扮演的角色,进而更清楚地知道的社会责任。

企业的社会责任一方面是要以国家利益为重,融入造福人民的宏愿中,放眼社会,展望未来,进一步把企业做强做大。

企业效益不等于社会效益,局部利益不等于全局利益,而企业或发展壮大或被淘汰出局,却都要由社会来承担。

因此,全局观和发展观是企业从业人员应当具备的素质,推动企业合理地找准定位,取得发展,带来直观的经济效益,回馈社会。

另一方面,利润最大化不是唯一目标和终极目的,企业还需要参与社会的文化建设,营造良好的社会文化氛围,反过来可以推动企业在相对和谐的社会环境中获得更快的发展。

社会责任的承担,对企业而言并非是无利可图的,而是“一本万利”。

虽然承担社会责任,企业会付出一定的成本,但又会向社会证明自身的社会责任感,证明自己能够在经营活动中把公共利益和社会整体利益放在重要的位置,从而带来社会公众的认同。

而且,企业主动承担社会责任也是展示企业自身实力、产生广告效应的绝佳手段,能够为企业创造良好的外部氛围。

自觉履行社会责任,既是社会的客观要求,也是企业自身发展的需要。

总而言之,企业来自社会,也必须回馈社会,这是一种新形势下的社企关系。

企业是社会的细胞,离开社会资源,企业的发展就成了无源之水、无本之木,没有一个好的发展环境,企业也难以生存。

企业是依托社会母体才能获得生存空间的。

企业一方面要汲取社会资源创造企业价值,同时,也通过反哺社会获得更大的生存空间。

第二节 企业对社会的感恩回报一、感恩时代的赐予不是我们创造了历史,而是历史造就了我们。

2008年是改革开放三十周年。

三十年来,中国发生了翻天覆地的变化。

改革开放是我们党在中国社会主义现代化建设的关键时期的伟大抉择,是我们党在新的时代条件下带领全国人民进行的新的伟大革命,是决定中国命运的历史选择。

改革开放以来,“让一部分人先富起来”、“奔小康”、“构建和谐社会”等一系列以发展经济为核心的国策,不仅解放了思想,解放和发展了生产力,也给企业和企业家提供了千载难逢的机遇。

有人把中国的经济体制改革的重大意义比作欧洲的工业革命,我认为是有过之而无不及的。

试想,我们这一代搞企业的人如果早出生五十年,你纵有天大的本事,也只能空怀壮志,一事无成,两鬓斑白。

我们应当庆幸自己生活在美好的时代,面临着机遇,我们要有所作为,珍惜自己处在这一段中华崛起、国家富强的历史性大好时光,感恩时代的赐予!

二、感恩顾客的光临顾客是我们的衣食父母,这是在我国商界流传已久的一句格言。

它道出了一个亘古不变的,但又简单朴实的真理。

对一个企业来说,只有为顾客提供优质的产品和服务,企业才有立足之地,才能获得更大的发展。

<<足道>>

顾客的光临让企业积累了财富，让员工有了工作保障，可以说养活了企业。

相反，如果顾客远离企业或者掉头而去，企业只能关门倒闭。

所以，从顾客的角度着想，为顾客提供良好的服务，为顾客创造最好的价值永远是企业的头等大事。这也是许多大企业能够成功的重要方面。

比如海尔，他们的宣言就是对待顾客要“忠诚到永远”！

海尔能够成为著名的世界品牌是与此分不开的。

市场经济迅猛发展的今天，广大顾客需要的是集技能、智能、时尚、新颖和富有人情味的综合性服务，以前那种“未必尽如人意，但求无愧我心”的服务信条，“兢兢业业，废寝忘食”的苦干实干显然已经不能完全适应新形势发展下的顾客需求。

企业只能把顾客尊为老师和评委，了解和满足他们的需求，把他们的要求作为自己努力的目标。

当然，即使顾客当时满意了，企业也不能就此满足。

因为顾客的需求是各不相同的，而且也是随着时代的发展，时刻处在瞬息万变之中的！

企业必须对顾客形影不离地追随，细致入微地体察，努力与顾客形成水乳交融的融合，努力做到弹指刹那的创新。

编辑推荐

《足道:富侨团队管理之道》：治心以广大二字为药，治身以无药二字为药。
教育是最好的投资，培训是最好的福利，知识是最好的礼物。

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>