第一图书网, tushu007.com

<<可视力>>

图书基本信息

书名：<<可视力>>

13位ISBN编号：9787508608341

10位ISBN编号：7508608348

出版时间：2007-4

出版时间：中信

作者：[日]远藤功编

页数：200

译者：林琳

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

内容概要

人的双目能够“看见”的东西非常有限——只能看见呈现在自己眼前的东西。
反过来说，人是看不见不在眼前的东西的。
在理解这一点的基础上，让我们回过头来看企业的经营管理。
这样，我们会发现周围的很多事情“看不见”或“没有被看见”。
公司是一个由很多人组成的集体。
这个集体的人分布在不同的地区和组织中，即便大家的工作都是为了这个集体，也不容易“看见”这个集体的其他部分。
就好像一个人如果一直在总部工作，就不容易“看见”现场发生的事情。
为了克服这样的问题，我们开发了IT技术及时共享信息。
事实上，不要说我们“看不见”其

作者简介

作者：(日)远藤 功 译者：林琳远藤 功，早稻田大学商学院教授，罗兰贝格咨询公司日本CEO。（lsao Endo@jp.rolarldber.ger.corn） 毕业于早稻田大学商学部，美国波士顿大学MBA，曾在三菱电机、美国战略咨询公司供职。
现以现场力的实践研究为中心，执教早稻田大学商学院经营战略论、运营战略论课程。
作为欧洲最大的战略咨询公司罗兰贝格的日本法人代表，从事战略咨询实践。
　　另著有《可视力》、《持续力》、《会思考的销售》、《公司质量》、《MBA运营战略》、《企业经营入门》等书籍。
　　译者简介　　林琳，上海外国语大学毕业，日本早稻田大学MBA，曾在朝日啤酒有限公司、优衣库中国公司担任人事经理。
现在四大会计事务所集团的东京咨询公司从事企业战略与运营的咨询工作。

书籍目录

译者序前言序言第1章 什么是可视力　1．现场力与可视力　　经营的三要素　　什么是现场力　　何谓“问题”　　可视力的力量　　丰田汽车的安灯显示屏　　不是“看”，而是“看得见”　　可视力的误区　　可视化就是“透明化”　　达成计划的PDCA+解决问题的PDCA　　可视化是一种经营思想　2．可视力的原理　　人的视觉原理　　身边的可视化事例——红绿灯　　身边的可视化事例——棒球比赛显示牌　　企业中可能发生的四种“视觉异常”　　可视化的四种变形　　可视化的四个误区第二章　可视化管理的5种方法　1．构建可视化系统　　可视化的5个类别　　问题的可视化　　状况的可视化　　顾客的可视化　　智慧的可视化　　经营的可视化　　可视化体系　　应当“看见”的三种信息　2．“问题的可视化”　　异常的可视化……第三章　强化可视力的要诀后记

编辑推荐

可视力，经营一线的透明度，企业竞争的原动力。
顾客、市场经营、问题……只有可视，公司才能变强。
《实现可视化管理的5种方法》：早稻田大学商学院教授、罗兰贝格日本CEO经典力作，风靡日本企管界的超级商业畅销书，丰田、佳能、爱普生、戴尔……。
一流企业的竞争力，源自一流现场的可视力　　什么是可视力？
　　企业经营透明化后一线员工对问题的感受力　　实际或潜在问题曝光后激发的行动力　　什么是可视化管理？
　　也叫“目视管理”，是指通过各种举措，使企业的各种经营活动“看得见”，通过塑造“看得见的工作现场”，增强经营一线的工作效力。
　　可视力，强化一线执行力的基石！
　　策略再完备、领导者再优秀、一线再积极，公司上下看不见的问题，执行力无从谈起。
　　“看不见”的现场必将毁灭，“看得见”的现场才能创造价值。
　　你的公司“看得见”吗？
　　可视化普遍存在于我们的日常生活中。
甚至因为太普遍，使得我们都不曾意识到其存在。
　　而其实，我们并没有“看见”。
　　看到这里也许有不少人会惊讶。
不错，人类与生俱来的视觉功能确实很强大，但相信大家应该都可以理解这句话：眼睛不能看见所有的东西。

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