

<<赢>>

图书基本信息

书名：<<赢>>

13位ISBN编号：9787508617824

10位ISBN编号：7508617827

出版时间：2010-1

出版时间：中信出版社

作者：[美] 杰克·韦尔奇,[美] 苏茜·韦尔奇

页数：297

译者：余江,玉书

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

几年前，我完成了自传的写作，那是一次有趣却艰难的经历，是利用工作的间隙完成的。

那以后，我曾发誓，再也不写书了。

但我猜，自己恐怕还会写。

如果需要为本书找什么借口的话，那就是创作的想法不是从我自己的脑海里冒出来的。

而是别人给予我的。

可以说，这是一份退休礼物。

离开GE（通用电气）以来，我遇到了成千上万了不起的人——他们是有抱负的男士和女士，充满活力、富有好奇心、不知满足、热爱商业生活。

是他们给了我这份礼物——向我提出了无数千奇百怪的问题。

为了给他们满意的答复，我必须把自己所知道的梳理清楚，撰写出来，编辑成册，把故事讲给他们听——本书就是这样付梓，呈现在您面前的。

人们第一次向我提出那样的问题是在2001~2002年，当时我正为自传的发行在世界各地做巡回宣传。

看到很多人与GE有着深厚感情，我感慨万分。

无论是在美国，还是在其他国家，人们告诉我许许多多关于他们在这家公司工作的故事，以及他们的姐妹、阿姨、父亲甚至祖父在这家公司做过的事情。

在这些故事之外，我还非常吃惊地看到，人们是多么迫切地希望了解，如何才能把生意做好。

在电话讨论会中，有人要求我介绍一下GE的业绩鉴别体系，想知道我们如何把员工的工作划分为三种业绩类型，并给予相应的奖惩。

而那些参加签名售书仪式的人则希望知道，我曾说过任何公司的人力资源负责人都应该至少与首席财务官同样重要，我是否在夸大其词（其实没有，我是真心实意的）。

在访问芝加哥大学商学院的时候，一位来自印度的MBA学员请我完整地解释，一个真正出色的业绩考评结果应该是什么样的。

巡回宣传之后，提问的狂潮并未消退。

无论是在机场、餐厅，还是在电梯间里，各种问题继续向我涌来。

有一天，我正在迈阿密的海滩上小憩，谁知有一个小伙子从水里游过来，说起他有个搞特许经营的机会，问我有什么看法。

不过，大部分问题还是在我过去三年时间里所参加的大约150场讨论会中提出来的。

从纽约到上海，从米兰到墨西哥城，这些会议的听众人数从30到5 000人不等。

通常，我会和主持人——往往是某位财经记者——一起坐在台上，回答听众们从四面八方抛来的问题。

内容概要

本书的内容涵盖从管理理念到管理实践的诸多方面。

杰克·韦尔奇将自己全部的管理心得和智慧通过本书与更多的管理者交流。

从企业中泛滥而空洞的“使命”说起，谈到每家公司都会面临的危机管理，再到预算管理、员工招聘等诸多日常工作，韦尔奇逐一提出了自己独特而富有智慧的解决方案，并与广大读者分享了他作为成功管理者的思维方式。

作为“全球第一CEO”，韦尔奇不惜笔墨地总结了自己成功的职业生涯，为每一位职业经理人提供了极富建设性的意见和理念。

我们推荐企业高层管理者阅读本书，因为你可以从中全面审视并深入思考自己的管理理念和方式、方法。

然而，本书最为神奇的地方在于，无论你是财务人员，还是生产线上的技术工人；无论你是部门管理者，还是最基层的普通员工，本书都将有利于你更好地了解你所在的工作环境，理解陌生部门的工作，甚至理解公司高层的指令和意图，进而帮助你与同事一道改善工作流程、提高工作效率；同时也完善自己的职业规划。

当然，最重要的是，这本书将帮助你 and 周围的人更从容地面对未来的挑战。

作者简介

作者：(美国)杰克·韦尔奇(Jack Welch) (美国)苏茜·韦尔奇(Suzy Welch) 译者：余江玉书

书籍目录

前言 “每天都有一个新问题”

第一部分 有关的基础

第1章 使命感和价值观——常被谈及却很现实的话题

第2章 坦诚——缺乏坦诚是商业生活中最卑劣的秘密

第3章 考评——力争公平和有效

第4章 发言权和尊严——关注企业中的每一个人

第二部分 你的公司如何才能赢

第5章 领导力——不只是你自己的事

第6章 招聘——赢家是怎样炼成的

第7章 员工管理——你已经得到了出色的选手，接下来怎么办？

第8章 “分手”——解雇别人不是件容易的事

第9章 变革——即使是大山也要撼动

第10章 危机管理——千万不可坐以待毙

第三部分 你要如何赢得竞争

第11章 战略——奥秘都在“调料”里

第12章 预算——不要让预算制定程序缺乏效率

第13章 有机成长——开创新事物是企业成长最有效的途径

第14章 企业的兼并收购——警惕交易狂热等致命陷阱

第15章 六西格玛——它并没有你想像中那么复杂、可怕

第四部分 你的事业如何才能赢

第16章 合适的工作——找到一份好工作将使你再也用不着找工作了

第17章 晋升——很抱歉，没有捷径

第18章 糟糕的老板——遇到这样的上级，你该怎么办？

第19章 工作与生活的平衡——找我说的那样做，但不要学我

第五部分 有关赢的其他问题

第20章 无处不在——五花八门的其他问题

致谢

章节摘录

之所以这样说，是因为这两个词已经被用滥了，成了商业生活中最抽象、用得最多，也最容易被误解的词汇。

和听众交谈的时候，常有人问我有关使命感和价值观的问题。

问话中常带有某种程度的恐慌，从而掩盖了提问者的真实意图和中肯态度。

（例如在纽约的时候，就曾有人问我，“你能够解释使命感和价值观之间有什么不同含义吗？

还有，这种不同又能造成哪些差别呢？

”）商学院也是制造混乱的根源之一，它们经常让自己的学生们写文章，阐述使命感的含义，然后对价值观进行讨论。

这其实是一种极其无用的训练方法，毫无针对性。

许多公司也这样来培训他们的高层管理人员，通常是杜撰一条听起来很崇高的标语，并悬挂在公司大厅。

这样做的结果往往是老生常谈，只会让员工感到无所适从，或者愤世嫉俗。

他们实在搞不明白，使命感为何那么地伟大。

大家都见过这样的口号：“XYZ公司高度重视产品质量和售后服务”，或者，“SS公司以消费者至上”。

那么请告诉我，又有哪家公司不重视质量和服务，或者不以顾客为焦点呢！

还有，谁都知道有许多公司把无数的时间花在动情的讨论上，只是为了总结出一套所谓的价值观。

尽管很多人用意良好，但最后得出的结论却似乎都是从那些放之四海而皆准的大道理上抽取的说辞，例如“诚实、质量、卓越、服务以及尊重”等。

歇歇吧——大凡正派的公司都无一例外地赞成这些品质！

坦率地讲，所谓诚实是参与商业游戏的基本要求，如果你连这一点都做不到，恐怕早就被封杀出局了。

相比之下，良好的使命感和价值观可以让你切身感受到它的实实在在。

使命感将指引你往何处前进，而价值观所描述的则是引领你到达目的地的行动。

在这里，我甚至宁愿放弃价值观一词，而使用“行动”来代表它。

但是，由于传统的缘故，还是让我们坚持一致的术语吧。

首先，关于使命感……依照我的经验，对于使命感的描述主要应该回答如下一个问题：我们打算怎样去赢得自己的业务？

你需要回答的并不是：在过去的辉煌岁月中，我们有哪些优势？

也不是：我们该怎样描述自己的业务，以免招致某个单位、事业部或者高层管理人士的恼怒？

相反，“我们打算怎样去赢得自己的业务”这个问题有明确的定义，它要求公司在人员、资金和其他资源等方面做出取舍、选择，避免自己陷入常见的盲目出击的陷阱中。

这个问题能促使企业搞清楚自己的优势和劣势，明白自己能够在哪种竞争场合中赢得游戏。

是的，赢——这才是关键。

即使是本捷利（Ben & Jerry 调）公司，这家位于佛蒙特州、以嬉皮士文化著称的冰激凌公司，也把“盈利增长”和“提高股东价值”作为公司的三大使命之一。

因为公司管理层都明白，如果在经济效益上不能取得成功，那么其他任何社会目标都将是奢谈。

但这并不是说，人们的使命感就不能带有冒险或者理想的色彩。

例如，在本捷利公司的使命中，还包括出售“纯天然的冰激凌和令人欣喜的食品”，进而“提高本地区、全国和全世界人民的生活质量”。

这类语言是极其崇高的，它们能够让员工们激动起来，产生催人上进的力量。

总之，有效的使命感需要在可能的目标与不可能的目标之间寻求一种平衡。

它既要给大家一个清晰的方向感，以赢得商业利益为导向，也要充满壮志雄心，让人们感觉到自己是伟大事业中的一部分。

再以GE的使命感为例。

从1981年到1995年，我们提出，自己的目标是成为“世界上最具有竞争力的企业”，让公司的每个业务领域都能在市场上占据第一名或第二名的位置，任何不能达到该要求的业务都必须整改、出售或关闭。

毫无疑问，这样的使命感具有非常清晰的含义，非常具体，表述准确，没有任何抽象的东西在其中。同时，这个使命又是壮志凌云的，它表明了GE征服全球市场的雄心。

这样的使命感以一连串不同的方式进入了我们的生活。

首先，在当时的环境下，人们还习惯于把公司的商业战略封存在总部的信封中，而关于它的任何信息都来自于公司上下的流言。

但我们却决定，要公开讨论哪些业务已经进入市场头一二名的位置，哪些业务必须迅速补救，甚至放弃。

如此坦诚的态度使整个公司大为震惊，然而，把公司的使命真实地呈现给全体员工却带来了良好的效应。

在某些产业被出售的时候，尽管许多人可能并不喜欢，但他们至少明白了其中的道理。

此外，在公司大大小小的会议上，我们持续不断地重申有关企业使命的问题。

每个决策或项目都要同使命感挂钩。

我们公开地奖赏那些表现出使命感的人，请走那些由于各种原因不能认同企业使命的人（通常，不认同的情况都表现为对老业务模式的怀念）。

媒体关注与评论

每次我与杰克谈起企业经营的话题，他的精力和热情就将照亮整个房间。

阅读本书会给你与之相似的感受——每一页的内容都会跳起来，让人感到其中的活力。

——沃伦·巴菲特，伯克希尔·哈撒韦公司董事长无论是对刚刚离校的毕业生，还是对大公司的CEO而言，本书都是一部公正、坦率、题材全面的商业成功指南。

——比尔·盖茨，微软公司董事长本书语言朴素而光彩四溢，它就像冠军队伍的演练手册，切实可行却又充满权威。

在公司经营的各个层次和若干事务上，本书都是一本绝好的教材。

杰克·韦尔奇不愧是企业管理的大师。

——汤姆·布罗考，前NBC新闻频道主持人兼执行主编杰克·韦尔奇给我们提供了一个精彩而详细的计划，任何人都可以引为参考，去争取成为真正的赢家。

韦尔奇那种实事求是的风格曾经让GE公司重新焕发了活力，在本书中，他也用这种务实态度把真实的案例描述出来，给我们讲述了美国人如何在职业和个人生活中取得成功的故事。

——鲁迪·朱利亚尼，前纽约市市长“赢”是所有追求成功的人都想获得的结果。

尽管常说“屡战屡败，屡败屡战”，最终还是要赢，要大赢，要彻底的赢！

韦尔奇先生的这本书从管理者自身的角度思考了企业如何面对问题、跨过难关，而最终取得成功！

这是每一个追求成功的企业管理者必读的一本书。

——陈东升，泰康人寿保险股份有限公司董事长兼CEO有了《赢》，再也不需要其他管理著作了。

——沃伦·巴菲特

<<赢>>

编辑推荐

《赢(第2版)》：永远的管理经典。



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>