

<<追求卓越的激情>>

图书基本信息

书名：<<追求卓越的激情>>

13位ISBN编号：9787508619231

10位ISBN编号：7508619234

出版时间：2010-5

出版时间：中信

作者：(美)汤姆·彼得斯//南希·奥斯汀|译者:张秀琴

页数：527

译者：张秀琴

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>

<<追求卓越的激情>>

前言

自1982年10月中旬《追求卓越》一书出版以来，全世界大约有500万人购买（包括15种语言的翻译版），或许有200万~300万人会打开这本书，有4万~5万人会阅读书中的4~5章，大约有1万人会从头到尾把它阅读完，有2.5万人会做读书笔记，有5000人会做详细的读书笔记。

（这些并不都是猜测，因为在每次演讲结束后，汤姆通常都会答应给《追求卓越》一书签名，在签名的过程中，汤姆发现读者手中的书折页和画线部分少得可怜。

在引言部分，我们将讨论正在进行的一场管理领域的革命，美国各个领域的管理者都在反思自己的

<<追求卓越的激情>>

内容概要

作为一位管理者，你还在凭着自己的直觉管理公司吗？

你还在为寻觅不到立竿见影的企业制胜之道而困惑吗？

这部影响了无数企业管理者的企业管理哲学，将解决《追求卓越》里没有解决的话题，并带给你管理公司的思考。

《追求卓越的激情》是历史上最畅销的管理图书之一《追求卓越》的续篇。

它摈弃了传统的管理教条，通过深入研究数百个案并广泛调查制造业、服务业、零售业、房地产业和金融业等行业，得出了实现创新和卓越的实施原则与方法。

本书不限于关注领导层和大型公司，而是将目标放在来自各层级的领导者：书中描述的高绩效，不是干瘪和空洞的，而是富于激情和人性化的。

书中的每一章都阐述了人们追求卓越的梦想和现实的矛盾与悖论，每一章都有详细且实用的建议，它们可以帮助你分析自己所处的位置以及如何达到更高的目标。

你不必从头看起，你可以从你关心的任何一个话题切入，直至你找到自己的答案。

书中不乏趣闻逸事，充满了实用而深刻的见解，是每一位希望踏上领导，成功乃至卓越之路的商界人士的必读书。

相信在本书的指导下，任何一位普通的企业管理者都能以高昂的激情追求卓越。

<<追求卓越的激情>>

作者简介

汤姆·彼得斯，全球最著名的管理学大师之一，在美国乃至整个西方世界被称为“商界教皇”。斯坦福大学工商管理硕士和博士学位，曾任麦肯锡公司顾问，现任汤姆·彼得斯公司董事长。彼得斯自我描述为反叛王子、勇于失败的斗士、令人振奋的公司领导者、市场的拥趸……

汤姆·彼得斯的著述颇丰，而且每一本都是具有世界影响的畅销书。

与罗伯特·沃特曼合著的《追求卓越》一书，轰动一时。

其他代表性著作有《追求卓越的激情》、《解放型管理》、《创新圈》等，一次又一次掀起全球性企业革命的大潮。

<<追求卓越的激情>>

书籍目录

前言引言 酝酿中的革新第一部分 常识 第1章 盲点就在显而易见处 简单的方案 自适应组织
 第2章 走动式管理：显而易见的技术 走动式管理：走访客户 保持联系的种种方式 走动式管理：创新 走动式管理：解决问题，创新系列 走动式管理：走访员工 走动式管理：领导
 第3章 诚信与显而易见的技术第二部分 客户 第4章 礼貌待客：阻挡竞争对手的最后一道防线
 掩饰不住的蔑视 注重小事情——使你与众不同 礼貌待客的源泉：将辅助人员视为英雄
 礼貌待客：一件要做的事 第5章 没有“商品”这种东西 系统的证据 从鸡肉到自助洗衣店
 “只注重成本”的思维方式 第6章 “仅仅是感觉”：不能克服的客户的人性 电脑客户也是人
 这不公平！
 抱怨是金 你测量客户满意度了吗？
 但你总不能放弃你的商店 学会爱你的销售人员，即便他们伤了你的心 情绪与感觉：做一个人
 第7章 质量不是一种技术 第8章 捕捉客户的“气息”第三部分 创新 第9章 打破创新迷思
 迷思1：周密的计划意味着“不出所料” 驳迷思1：学会在不确定性和模糊性中求生存 迷思2：
 我们必须从一套周密的工程设计书开始，不是吗？
 驳迷思2：实验并快速行动 迷思3：创意（创新）来自反思 驳迷思3：必要的斗士和秘密研发者
 迷思4：必须建立大型的、正规的研究组织 驳迷思4：小型的科研组更容易取得创新成功
 迷思4—1：只有高度集权性质的行政管理才能有助于创新 驳迷思4—1：粉碎集权管理 迷思4—2：
 大就是好 驳迷思4—2：大中之小 迷思4—3：兼容性就是一切 驳迷思4—3：争取最后2%的兼容性，会让你失去整个市场
 迷思4—4：最优化！
 驳迷思4—4：现实生活中就没有“最优化” 迷思5：客户告诉你的都是昨天的事 驳迷思5：
 引导型客户会告诉你几年以后的事 迷思5—1：技术推力是成功的秘诀 驳迷思5—1：倾听才是制胜之道
 第10章 三个秘密研发者的故事 汤姆·韦斯特 凯利·约翰逊 格哈特·诺伊曼
 第11章 创新的环境 创业环境 语言和你讲的故事 关注失败 创新的外表 分权和“不尊重”
 “培育”斗士和打造英雄 第12章 创新的“气息”第四部分 员工 第13章 深入人心的信念
 “信不信由你” 再论诚信 第14章 自主权 再论规模问题 再论信任：我们的敌人是自己
 第15章 连声喝彩 关于庆祝的8个常见的问题和相关的答案 再论诚信第五部分 领导
 第16章 关注、象征、戏剧、愿景还有爱 关注 额外关注：象征符号和戏剧 愿景灌输 还有爱
 第17章 转型与提高：小胜、废除官僚制以及成就卓越 小胜：通向成功的有效途径 废除官僚制
 控制不是一种形式 是什么阻挡了道路：管理人员的规模和层级 齐心协力：成就卓越
 第18章 教练 作为价值观塑造者的教练 教练的时机 教练的5个角色 教育 授权
 教练 顾问 正视问题 第19章 走动式管理 空间：是减小了还是扩大了？
 经常性 走动式管理的行头 尊重组织的命令链 倾听、教育、帮助：更多的建议 第20章
 卓越的学校管理 愿景、符号和作为销售人员的校长 走动式管理 为了孩子 自主权 / 尝试 / 允许失败
 家庭 整体感、节奏或激情 第21章 卓越价值几何致谢

<<追求卓越的激情>>

章节摘录

走动式管理与客户（又一例）：卓越的创新资源 在前面，我们曾介绍过“无偏见的倾听”这一概念。

这个概念始自爱力根公司的董事会主席，它与一种新产品的开发（即创新）有关。

人们已经对倾听（无偏见的倾听）做了很多研究，包括对《追求卓越》一书中相关观点的考察在内已经有80多种关于“无偏见的倾听”的见解了，但几乎所有的见解都认为倾听就是：从用户那里获得新消息。

（3M公司则换了一个角度，他们认为来自用户的抱怨之声也是公司发展的一个机会！

）美利肯公司发现，它关于产品生产方面的50%以上的主意来自用户，而且这还是

<<追求卓越的激情>>

媒体关注与评论

《追求卓越的激情》为每一位企业管理者提供了极富创造力的管理实践和管理方法。

——《华尔街日报》 这部书不仅能够给企业管理者带来灵感，还能给企业管理者以极大的启发。

——《纽约时报》 《追求卓越的激情》一书浓缩了智者的智慧，探讨得极为深刻，任何渴望获得成功的管理者都会从中获益良多。

——《底特律新闻报》 非常具有启发意义，令人思路大开。

——《今日商务》 这是一部你的书架上的必备书。

我已经把相关案例应用在了很多方面。

它所使用的案例极其实用——直观形象、易于操作。

如果你想要

<<追求卓越的激情>>

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>