

<<领导力决定竞争力>>

图书基本信息

书名：<<领导力决定竞争力>>

13位ISBN编号：9787509003992

10位ISBN编号：7509003997

出版时间：2009-1

出版时间：许德军 当代世界出版社 (2009-01出版)

作者：许德军

页数：264

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>

<<领导力决定竞争力>>

前言

21世纪是充满竞争的时代，如何使企业的力量发挥到极致，如何领导企业在竞争中突围，如何带领企业从一个胜利走向新的胜利，这是值得每位领导者深思的问题。

在竞争日趋激烈的市场形势面前，几乎所有的领导者都在苦思冥想一条能够保有企业持续竞争力的道路。

但并不是所有领导者都清楚，决定企业竞争力高下的关键就在于领导者自身的领导力。

领导力在新的时代凸显了它的重要作用，领导者只有给自己的大脑灌输新的领导理念，形成全新的领导模式，才足以引领企业时刻走在时代的前列。

在大多数情况下，一家企业和它的竞争对手的差别就取决于彼此领导力的高低。

如果竞争对手拥有具有强大领导力的领导者，往往就会全面领先于该企业，给那些不重视领导力的企业一个沉重的警告。

可以说，失去强大的领导力，也就失去了企业赖以生存和发展的必要条件。

领导力决定了企业的竞争力，甚至可以说，领导力就是竞争力，多变、高速与复杂是新经济时代的市场特征，而唯一可以与之应对的就是强大的领导力。

那些在这种大背景下获得成功的公司往往都具备了卓越的领导力，微软、GE、索尼、星巴克……无一不拥有强大的领导力，这使得它们的对手对它们的竞争力望尘莫及。

而那些失败的例子则从不同的角度证实了缺失领导力对企业竞争力的消极影响。

可见，强大的领导力决定了企业竞争力的高低，也决定了企业在市场中所处的位置。

因此，领导者必须致力于提高自己的领导力，通过修炼个人的素质。

提高自己的管理技能来全面提升自己的领导能力，让自己成为强大的领导者，让自己所领导的企业成为强大的市场竞争者。

莎士比亚说过这样一句话：“有的人天生就具备成为领导者的潜质。

有的人则是通过后天的努力成为领导者。

”而大量成功领导者的实例也证实了这点——我们完全可以通过后天的努力成为一名优秀的企业领导者。

因此，领导者应该坚信领导力是可以提高的，只要不断修炼，领导力就必然会得到一个质的飞跃。

本书通过了一个个生动的案例和深入浅出的理论，把那些优秀领导者的成功经验与读者一起分享，从这些优秀的领导者的经历中，读者可以直观地感受到领导力对竞争力的决定作用，以及领导力为企业带来的巨大震撼。

在这个充满了竞争的时代，领导力已经成了企业胜负的关键，领导者更是除了不断提升自己的领导力为企业带来质变外，别无选择。

<<领导力决定竞争力>>

内容概要

《领导力决定竞争力》主要内容为无坚不摧、攻无不克的优秀团队是企业竞争力的表现，优秀团队离不开优秀的领导者具有超凡领导力的人带领的团队必将无往不胜“一头绵羊带领一群狮子，敌不过一头狮子带领的一群绵羊”，“有力的领导”往往被看作组织成长、变革和再生最重要的关键因素之一通过创建优质领导力而完成并且超越企业经营目标，必将成为企业持续成功的关键DNA。

<<领导力决定竞争力>>

书籍目录

第一部分 没有领导力，就没有竞争力第一章 竞争力，从领导力说起竞争的年代呼唤强大的领导力卓越的领导力带来竞争优势领导，企业的灵魂成功的领导者汇多重角色于一身修炼领导力，提升竞争力第二章 与竞争对手比领导力没有领导力，就没有竞争力竞争对手的领导力分析让领导力说话领导是赢的关键第二部分 修炼领导力，提升竞争力——领导者的个人素质修炼第三章 一呼百应——修炼自己的感召力领导力即获得追随者的能力火车跑得快，全靠车头带榜样的力量是无穷的树立让人心悦诚服的威信修炼你的领袖气质人心齐了，队伍才好带第四章 打破惯性——修炼自己的创新力“变”是不变的真理领导者既是系统的构建者又是系统的变革者无能者维持现状，有为者改变现状领导者要经常给追随者洗脑鼓励创新，也要允许失败营造一个激发创新力的工作环境停止变革就丢掉了前途第五章 远见卓识——修炼自己的洞察力平庸的管理者是保姆，卓越的领导者则是先知如何做一个先知先行者领导者要有超强的洞察力怀有远见的梦想家成为一个愿景者第六章 个人魅力——修炼自己的亲和力热忱是领导者的力量源泉增强领导的亲和力善于让性格迥异的人追随自己领导者应具备的形象标准低调的工作作风造就成功的领导者才识会赋予领导者不同凡响的魅力自身修养是塑造领导者形象的关键第三部分 修炼领导力，提升竞争力——领导者的管理技能修炼第七章 激励能力：成功领导的法宝引导一个良性竞争的风气=-。让员工成为企业的合伙人让员工了解自己工作的价值用“挑战性”激励员工的战斗性成就无论大小都要肯定用“危机感”激发员工的潜力适度激励应建立在完善企业的激励机制上第八章 沟通能力：领导者必修的一门学问没有不能沟通的员工，只有不会沟通的领导建立高效的沟通机制是领导者的责任让员工畅所欲言善于与下属架起一座“心桥”让员工参与进来成熟的领导者都是善于倾听的大师有效沟通的四个基本技巧第九章 授权能力：权力下放以充分发挥领导力愚蠢的人死抱权力，聪明的人运用权力成功领导的关键是识别有能力的人并授权给他授权的前提是高度信任下属授权如同放风筝最成功的授权就是让下属自主工作放权不等于放任第十章 统筹能力：巧计划才有好效果善计划，才会头绪清楚巧安排，就不会轻易失手大处着眼，小处着手推倒金字塔式结构，建立扁平化组织打破管理的界限，建立无界限组织第十一章 执行能力：领导者是执行的指挥官领导者是执行的指挥官找到能执行的人建立执行团队将执行融入企业文化让执行在组织中扎根构建有效的执行流程让执行更到位第十二章 用人能力：领导者也应是-位好伯乐领导者的职责是教导而不是控制欲兴业，先聚才把敌人变成自己需要的人知人善任是领导者成功领导下属的必备条件善于用比自己强的人发掘下属的潜能是领导者用人的基础任人唯贤而不是任人唯亲学会用企业外部的人用人须为下属塑造赢者心态第十三章 解决能力：领导者要扮演问题终结者的角色心存危机者才能生存欢迎危机而不是畏惧危机领导者要有点“杞人忧天”的危机意识在危机中成长勇于面对危险，勇于承担责任发散思维，及时变换角度寻找对策将危机转化为商机第十四章 谈判能力：领导者必须具备外交家的素质制造良好的谈判气氛给对手一点面子善于利用对方的破绽处理冲突有方法应当防止的谈判错误

<<领导力决定竞争力>>

章节摘录

竞争的年代呼唤强大的领导力有史以来，人类社会从来没有像今天这样充满了竞争。

在过去的五六十年里，社会经济经历了巨大的变革，产品销售市场的萎缩，供应商的不稳定，行业的缩水，政府的额外管制，都促使商业竞争愈演愈烈。

在这种大的背景下，任何一个企业或产品若想获得成功，都要经历艰苦卓绝的惨烈竞争，而决定企业或产品能否在市场立足不被淘汰，最重要的因素之一就是企业的领导力。

我们不难发现，从上世纪末至今，凡是那些发展的又好又快的企业，凭借的都是高效有力的领导力。正如IBM的郭士纳所说：“一个成功的企业和领导者应该具备三个基本特征，即明确的业务核心、卓越的执行力以及优秀的领导力。

”那么，什么是领导力？

保罗·迈尔认为领导力的核心在于透过群体的力量，获得一个特定的、有益的成果，其中最关键的就是如何让这个成果更一致，更有效率，更有效果。

如今，薪资高达数百万美元的企业领导者已经并不鲜见，他们在大型跨国公司担任领军人物；在高层政治机关身负要职；在新科技领域的最前沿做着精密的工作……我们的社会从来没有像今天这样迫切渴求高效有力的领导力，究其原因，正是当今这种无处不在的竞争。

社会激烈竞争的现状就产生了某种需求——更多高效的领导者引领企业和产品在竞争中前进，带领企业通向更为光明、积极的世界，并开辟出一条成功之路。

现如今，我们在路上随时随地就可以看到一个样子傻得可爱的大青蛙似的汽车出现在大街小巷，这就是奇瑞QQ。

它一上市就凭借着外型小巧可爱，高配置而低价格的超强性价比迅速被市场认可和接受，成为了汽车市场中最畅销的车型之一。

奇瑞QQ所取得的骄人战绩正是因为奇瑞公司所具备的优秀领导力所致。

2003年，QQ凭借着“年轻人的第一辆车”这个卖点迅速占领了低端市场，在激烈的市场竞争中占据了一席之地，获得了众多消费者的青睐，这一成果如果没有企业领导层的准确市场定位是绝对无法想象的。

奇瑞汽车公司作为中国地方汽车企业，曾经成功推出奇瑞“旗。

云”、“东方之子”等性价比较高的轿车，并且凭借自主品牌的优势与合理的价格优势向国外出口轿车产品，已经在全国形成了相当的知名度。

在此基础上，奇瑞汽车公司的高层又经过认真的市场调研，精心选择了微型轿车的切入口：新产品不同于一般的微型客车，而是微型客车的尺寸，轿车的配置。

正是这种“低价高配”的理念使QQ微型轿车在2003年5月一经推出就获得了良好的市场反映，到2003年12月，已经售出28000多台，创造了单一品牌微型轿车最高销售记录，同时获得国内汽车行业多个奖项。

奇瑞公司的管理层将QQ的目标客户主要定位为收入并不高但有知识有品位的年轻人，同时也兼顾有一定事业基础，心态年轻、追求时尚的中年人。

一般大学毕业二三年的都市白领，月收入达到2000元即可轻松拥有这款外形靓丽，高配置和优性价比的时尚轿车，这超低的门槛也就成了吸引客户的又一个杀手锏。

同时，为了吸引年轻人，奇瑞QQ除了一般轿车应有的配置以外，还装载了独有的“l-say”数码听系统，使QQ成了“会说话的QQ”，这一创举堪称目前小型车时尚配置之最。

“l-say”数码听也是奇瑞公司为用户专门开发的一款车载数码装备，集文本朗读、MP3播放、U盘存储多种时尚功能于一身，可以通过与电脑和互联网的联接增加QQ的可玩性，迎合了离开网络就像鱼儿离开水的年轻一代的切实需求。

奇瑞公司的领导层把QQ定位为“年轻人的第一辆车”是非常适合的，由于“奇瑞QQ”的目标客户群体比较年轻，他们对新生事物充满了兴趣，富于想象力，思维活跃，又崇尚个性，追求时尚，QQ个性化的外观和功能正契合了他们在这方面的需求；同时，由于资金的原因他们也比较追求实际，对品牌的忠诚度较低，更关注汽车的性价比，而QQ高配置，优性价比的特性正满足了他们这方面的需求

<<领导力决定竞争力>>

。这一准确的市场定位使QQ一经推出就迅速占领了市场，在激烈的竞争中脱颖而出。

奇瑞公司的领导层还根据目标消费群体的特征推出了与之相符的QQ的营销策略：在产品名称方面，QQ在网络语言中有“我找到你”之意，“奇瑞QQ”突破了传统品牌名称非洋即古的窠臼，充满时代感的张力与亲和力，同时又简洁明快，朗朗上口，富有冲击力；在品牌个性方面，这款车更被赋予了“时尚、价值、自我”的个性，将消费群体的心理情感注入品牌内涵，富有判断性的广告标语及“秀我本色”等流行时尚语言配合创意的广告形象，将追求自我、张扬个性的目标消费群体的心理感受描绘得淋漓尽致，这样，与目标消费群体便容易产生情感共鸣，也获得了大众的认可。

QQ作为一个崭新的品牌，在投入市场后还进行了立体化的整合传播。

以大型互动活动为主线，具体的活动包括QQ价格网络竞猜、QQ秀个性装饰大赛、QQ网络FLASH大赛等，为“QQ”的销售大造声势。

同时，公司选择目标群体关注的报刊、电视、网络等媒体以及户外、活动等，将QQ的品牌形象、品牌诉求等信息迅速传达给目标消费群体和广大受众。

各种活动“点”与“面”结合：从新闻发布会到传媒的评选活动，形成全国市场的互动，并为市场形成了良好的营销氛围。

在所有的营销传播活动中，特别是网络大赛、动画和室内装饰大赛，都让目标消费群体参与进来，在体验之中将品牌潜移默化地融入消费群体的内心，收到了良好的营销效果。

可以说，QQ的成功和奇瑞公司高层的领导力是密不可分的，在激烈的市场竞争中，在产品同质化严重的今天，一个有着卓越领导力的企业就会推行一种行之有效的战略，为产品创造出一个契合的营销方案，更迎合市场和消费者的需求，从而获得市场的认可，迅速占领市场，并成为消费者的首选。

在如今这个充满了竞争的年代，任何企业或产品要想获得生存和发展，缺少了优秀的领导力都是无法想象的。

只有强大的领导力才能带领企业在竞争中突围，在市场中立足。

<<领导力决定竞争力>>

编辑推荐

《领导力决定竞争力》由当代世界出版社出版。

<<领导力决定竞争力>>

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>