

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

图书基本信息

书名：<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

13位ISBN编号：9787515403557

10位ISBN编号：7515403551

出版时间：2014-1

出版时间：当代中国出版社

作者：和田浩子

译者：阚舟济

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>

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

内容概要

本书是职业女性的必读之物。

作者曾经是一名刚毕业的大学生，应聘到宝洁做销售人员。

她从一个普通的员工开始做起，踏实的工作方法，现代的工作理念，让她不断成长起来。

从职场新人到营销经理，从营销经理到营销总监，最后成为宝洁首位日本籍副总裁。

在不同的职位上，作者不断地“革新自己”，适应不断变换的职位和市场情况，最终成为总裁级别的领导人员。

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

作者简介

和田浩子（わだ、ひろこ）

1977年进入宝洁Sunhome社（现宝洁日本）。

作为第一个从事管理职位的女性被分配到营销部。

把“护舒宝”打造为日本市场上的顶级品牌，并且推出新产品“潘婷”“维达·沙宣”，着手“帮宝适”的转型，提升宝洁远东公司的业绩。

1995年，晋升为当时的宝洁日本最大的盈利中心——纸制品事业部的总经理。

1998年，成为美国宝洁公司首个日本人副总裁及Corporate New Venture亚洲负责人。

在长达23年宝洁生涯中，总是作为日本人的先锋，活跃于组织和决策机构。

2000年作为首个日本人进入宝洁离职管理者集会Global Leadership Council。

从2001年起，历任Dyson日本分公司董事长、日本玩具反斗城董事长兼首席运营官，2004年入选美国《财富》杂志“除美国外全球最有权势的前50位女实业家”。

2005年创立Office WaDa，2007年入选《每日新闻报》“闪耀的女实业家’07”的10人之一。

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

书籍目录

目录

序言 宝洁的强项是人才培养	
从普通员工到总裁的心路历程	1
离开宝洁，我感觉仿佛长出翅膀	2
宝洁致胜的根本原因是人才培养	3
在宝洁获得的技能	5
给人惊喜是一种战略	6
执行力能让“难事”成真	7
领导能力是每个宝洁员工的必备能力	8
财务知识是一项基础技能	9
培训出公司的优秀员工	10
能力和影响力决定团队的战斗能力	12
完整而系统的人才培养体系	12
拥有宝洁背景的人好比蒲公英的种子	14
从来没有叫做“公司”的员工	15
第一章 从最基础的岗位扎实做起	
入职前——职场新人	17
第一节 初到宝洁	18
“自己选择”式家教	18
“心照不宣”也因人而异	21
从英文报纸上找到的宝洁“招聘秘书”广告	22
空前绝后的“品牌专家”头衔	24
这不是工作，这只是你工作的准备	26
“这么做的目的是什么？”	27
“和田小姐，该你负责茶水了”	30
第二节 举足轻重的“一页笔记”	32
将笔记归结进一页纸	32
效仿好的笔记	34
“像说话一样地写笔记”与“像写笔记一样地说话”	36
PPT的陷阱	37
流于形式的会议记录于事无补	38
交流能力即影响力	39
最初营业部门不进行培训的理由	39
销售就是说服别人	41
提升对自身职责的关注	43
无怨无悔地做下去	44
没有永远存在的家人和老板	45
第二章 不断进步的员工才被需要	
品牌经理——营销经理	47
第一节 自己培养人才	48
培养下属	48
全员参与人才培养	49
值得骄傲的“内部晋升制”	50
“授人以渔”胜过“授人以鱼”	51

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

教人育己 / 53	
备受期待的技能 / 54	
员工测评基于“成果”和“能力开发” / 55	
宝洁要退出日本！	
？	
/ 57	
重新审视日本市场 / 58	
与生俱来的使命感 / 59	
我要留下，并为实现理想而努力 / 60	
第二节 做一名优秀的面试官 / 62	
不断进步的员工才被需要 / 62	
招聘中的品质管理探讨 / 63	
50 50的男女比例 / 65	
百闻不如一见 / 65	
面试时访谈技巧的培训 / 67	
面试在美国读MBA的亚洲学生 / 69	
第三节 用项目组建和打造团队 / 69	
新生宝洁的象征——“护舒宝” / 69	
“宝洁英语”的培训 / 71	
结论为先 / 73	
发挥重要作用的Factbook / 73	
超出自身能力的项目 / 74	
利用在职培训掌握的战略思考 / 76	
难于实现的才是好点子 / 77	
培养人才的真谛 / 78	
领导们必须具备的“洞察力” / 80	
一鸣惊人的“护舒宝小姐” / 81	
打造不同的规则，更能接近成功 / 82	
共享愿景笼络人心 / 83	
“护舒宝”人才培训工厂 / 84	
护舒宝学院 / 85	
让美国MBA学生惊异的日本女经理 / 86	
第三章 培育品牌与人才	
向护发产品部门调任——营销总监时代 89	
第一节 带给团队重生的力量 / 90	
迎向新的挑战 / 90	
先有课题，再有组织 / 91	
从负数开始的团队重生 / 92	
“外部导向”与“内部导向” / 94	
不可思议的团队建设游戏 / 94	
要贯彻人事分离的观念 / 95	
对抗全球化（之一）——胜卷 / 96	
对抗全球化（之二）——败卷 / 98	
对抗全球化（之三）——胜卷 / 99	
宛如“顾问”的日本消费者 / 100	
全球化团队体制 / 101	
带领亚洲潘婷品牌团队 / 102	

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

第二节 企业经理应该具备的管理理念 / 104
像培育品牌那样培育人才 / 104
谁离消费者最近 / 105
如何理解“上帝” / 106
“奇怪的公司” / 107
“做不了”和“选择不做”要区别看待 / 107
注重分析事情的“再现性” / 108
用“NO”实现头脑风暴 / 109
人气品牌“帮宝适” / 109
“再击球”主义 / 110
管理你的上司 / 111
面对“能干”的上司和“无能”的上司 / 112
成功的团队也需要转变想法 / 113
第四章 只留下人和品牌，随时都能卷土重来
总经理时代——现在 115
第一节 无可替代的“领导能力” / 116
受大地震磨砺的宝洁组织能力 / 116
奇迹似的挽救 / 118
“宝洁只留下人和品牌即可”的真意 / 119
受用一生的“导师制度” / 120
突破“帮宝适”的危机 / 121
重新理解消费者带来的“V字”复苏 / 122
将重大问题拆分后再解决 / 124
能够提高领导水平的3E领导模式 / 125
每次晋升后都要“自我改革” / 128
配合经营战略提高业绩评价标准 / 129
培养领导人才 / 130
培养外国人 / 130
公司的内部顾问 / 131
了解日本的捷径 / 132
第二节 无以复加的“多元化”企业理念 / 132
成为首位日本籍副总裁 / 132
受到最高层的鼓励 / 133
为了更大地发挥女性的优势 / 134
“WSW”所衍生的研讨会 / 137
更高层次的多元化理念 / 137
摒弃女性只担当口译的偏见 / 138
意想不到的多元化的巨大作用 / 139
“容纳异见”是行之有效的想法 / 140
23年的宝洁生活 / 141
“做做看”的精神 / 146
不要拼命地工作，而要聪明地工作 / 147
只要专心做，凡事皆可成 / 149
后记 153

<<在宝洁，我从员工成为总裁>>

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>