

<<公司的浪费是如何产生的>>

图书基本信息

书名：<<公司的浪费是如何产生的>>

13位ISBN编号：9787515801964

10位ISBN编号：7515801964

出版时间：2012-7

出版时间：刘孝明 中华工商联合出版社 (2012-07出版)

作者：刘孝明

页数：205

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>

<<公司的浪费是如何产生的>>

前言

睁开眼睛看到的是管理的漏洞，闭上眼睛听到的是公司费用流失的声音。

多年来在各类企业中穿梭，我看得最多的是不同的老板们对同一个问题的纠结——各种费用浪费的问题。

也许是“当局者迷，旁观者清”吧，随着找我咨询的企业越来越多，我不经意间发现，不管是生产企业还是流通企业，不管是大公司还是小公司，那些吞噬着企业利润与效率的黑色漏洞，竟越查越多，越看越明显，也越来越让人感到害怕“打黑堵漏”已成了相当一部分企业的必要之举。

有些企业扩招业务员，销量一直在增长，盈利却一直止步不前；有的企业促销有了，广告也做了，但产品认可度还是不高！

……该花的钱都花了，但该来的盈利却没有来。

我写这本书的目的就是：让基层人员不再利用企业的漏洞谋取私利；让高层防微杜渐，控制成本，增加利润；让老板知道自己有哪些费用在无声无息地流失。

千里之堤，溃于蚁穴。

导致费用浪费的各种漏洞就是企业的蚁穴，如果不及时控制就会出大问题。

在公司业务良好的时候，小小的漏洞在大量的回款面前，很容易被掩盖。

但是，当行业不景气、公司业绩不佳的时候，那些正在将公司现有积蓄一点点吸干的小漏洞，就会成为拖垮公司的元凶。

于是，寻找企业费用浪费的根源，破解企业因管理不当或做无用功而造成的浪费之谜，就成了我这几年来做企业咨询时特别关注的一个问题。

跟许多老板接触的过程中，老板们也提出了这样的疑惑：你说的这些漏洞我也看到了，但是没办法下手清理啊！

“水至清则无鱼，人至察则无徒。

”“卡得太紧，员工没了，卡得太松，公司没了！”

”其实，根本就不是这么回事，员工的高收入、高福利与员工离职、公司费用的浪费是两码事。让员工减少浪费、提高效率、提高资源的利用率，然后再给员工高收入高福利，同样的花费，却是截然不同的效果。

一次偶然的的机会，我受中国营销传播网的编辑之约，在专栏里写了几篇关于如何减少企业浪费问题的文章。

没想到第一篇发表之后就成了网上的热点文章，并且受到了几个出版社的关注。

在连载了几篇之后，我决定接受编辑的建议把这几年来在减少企业费用浪费方面的经验和教训写出来供大家做一个比照，有则改之，无则加勉。

刘孝明 2012年03月07日

<<公司的浪费是如何产生的>>

内容概要

招聘、培训、广告、促销、研发……样样花费都不能省！

招聘无方、培训盲目、广告无效、促销无力、好钢用不到刀刃上……有多少费用被浪费

！

减少浪费，高绩效的企业才更具发展力！

堵住漏洞，不失血的企业才更具生命力！

<<公司的浪费是如何产生的>>

作者简介

刘孝明，国内著名营销专家、企业内训专家、实效营销培训第一人，从事销售、策划、管理与培训工作十年，现担任多家公司的企业管理总顾问。

作者在企业费用支出与效益回报、品牌建设与营销管理等方面都有深入研究，并形成了自己独特的理论体系，既能传授帮助企业长期发展的“九阳神功”，又能培训实操性强的“独孤九剑”，是G点营销理论与临界点营销理论的创始人。

<<公司的浪费是如何产生的>>

书籍目录

上篇看得见的浪费 第一章管理不善 1.业务员出差费用浪费 2.生产管理不周密, 废料成本增加 3.员工无所事事, 工作时效性差 4.高层管理者素质不高而造成浪费 5.销售管理不到位 第二章制度不完善 6.虚报差旅费 7.招待随心所欲造成浪费 8.车油费管理不严产生的浪费 9.会议太多造成的浪费 10.话费补贴不当造成的浪费 11.水电管理不当造成的浪费 第三章机构设置盲目 12.盲目设置职能机构, 特别是驻外办事处 13.盲目砍掉驻外办事处造成更大的浪费 14.盲目转变部门职能, 因小失大 15.盲目合并部门职能, 造成更大的浪费 第四章浪费招聘费用 16.企业前景不明, 求职者缺少安全感 17.个人待遇、发展一般, 求职者缺少向往感 18.不懂如何辨别人才, 高薪请来了学徒工 19.没有把好招聘关, 错招“精英” 第五章浪费培训费用 20.管理新人陷入蘑菇管理的误区 21.营销平台模式没建好, 人越多越浪费 22.课程与需求脱节 23.把忽悠当真理 24.把游戏娱乐当主菜 25.九阳神功太多、独孤九剑太少 26.培而不训 27.从培训到强化的时效成本 第六章浪费广告费用 28.迷信大媒体, 掉入“以小搏大”的陷阱 29.广告“假、大、空” 30.广告找不到消费利益切入点, 穿透力不强 31.习惯于单一模式, 缺少广告组合 32.习惯于吹嘘, 缺少可信度材料的支撑 33.传播习惯僵化, 缺少借力传播 34.广告投放小气, 却不知伤敌十指不如断其一指 35.广告资源的抢占意识不强 36.舍不得广告推广, 形成恶性循环 第七章浪费促销费用 37.策划无力, 吸引点的组合不强大 38.赠品: 只选对的, 不选贵的 39.只顾渠道不管终端, 产生过多的泡沫销售 40.促销失败的“促销路演” 第八章研发无路 41.缺乏战略性的指导, 针对性不强滞后性严重 42.与市场需求脱节 43.盲目研发导致新品滞销、库存积压 44.技术侵权, 新产品惹祸上身 45.研发周期过长 46.研发部成了“黄埔军校” 第九章库存不合理 47.原材料库存造成的浪费 48.滞销品、半成品库存造成的浪费 49.促广物库存造成的浪费 下篇看不见的浪费 第十章工作风气不正 50.抱怨风, 让团队不战而败 51.闲扯风, 谈完后“涛声依旧” 52.搞怪风, 内讧消耗时间和金钱 53.无耻风, 无耻和推卸成为一种习惯 54.官僚风, 降低工作效率、加快员工流失的速度 55.叫骂风, 让下属养成不吼不动的毛病 第十一章忽视员工的智慧 56.领导者在思想意识上不重视员工的智慧 57.没有激活员工智慧的激励机制与文化 58.没有激发员工智慧的操作方法 59.在听取员工的建议时出现偏差 60.对员工智慧缺乏体系化运用 第十二章内部斗法 61.侵占并浪费公司资源, 让对手无路可走 62.背后拆台, 玩的就是小手段 63.人事较劲, 任人唯亲 64.观念PK各行其是, 让员工无所适从 65.制衡过多, 设防过度 第十三章亲友弄权 66.以熟相欺, 从中渔利 67.关系复杂, 管理为难 68.狐假虎威, 激怒同事 69.工作消极, 影响他人 70.力不从心, 死不放手 71.要信任也要监督 72.科学化管理 第十四章浪费市场机遇 73.从决策到落实的时效成本 74.经常变动既定策略产生的时效成本 75.办事不科学、组织协调差产生的时效成本 76.习惯性拖延造成时效性差 第十五章统计不精 77.财务报表 78.营销报表 79.生产报表 第十六章省钱不分轻重 80.看不到“小”的重要性 81.贪“小便宜”吃大亏 82.抱侥幸心理, 付出大代价

<<公司的浪费是如何产生的>>

章节摘录

版权页：我问他在招聘的时候，一般带些什么东西。

这个老板告诉我，一般就带个画册，然后让人才市场贴一张招聘的海报，上面写上岗位要求、薪酬待遇什么的。

我一听，感觉跟那些皮包公司招人好像没什么差别，于是叫他专门做了三张海报。

一张和原来一样以招聘内容为主，一张以体现企业资质荣誉和公司开展的各类团体活动为主，一张以公司开展的各类市场营销活动为主，图文并茂，再去招聘的时候，来面试的人比以前多了不少。

孝明感言 信心，是让求职者产生入职行为的源动力，特别是在这个“粥多僧少”的招聘时代，求职者的态度发生了很大的变化。

到大企业工作、到有潜力的企业工作、到有前途的企业工作，已成了基层人员求职时的第一选择。

虽然我们不是大企业、我们也没有很高的待遇，但中小企业仍然有自己的亮点，仍然可以通过各种展示，让求职者看到我们是一个有潜力、有凝聚力的公司。

如果我们不能与时俱进，不去包装自己、不去展示自己的亮点，我们就会在这场人才对企业的“选秀”过程中，淘汰出局，而企业也会因为招聘效果不佳而产生更多的招聘费用。

解决方法 首先，把员工招聘当向客户推销一样对待。

企业虽然小，但也依然会有它的亮点存在，从招聘时吸引求职者投递简历这个环节来说，把公司能展现的各种亮点充分地在招聘摊位上展示出来，自然能吸引更多的目光、赢得更多的信任。

如公司的实景、公司的品牌荣誉、公司的产品卖点与市场前景、公司的团体活动、公司的市场活动，媒体对公司的新闻报道等，这些亮点的展示，会让求职者对企业的信任感、安全感增强不少。

一句话，你是怎样说服客户购买你的产品的，你就怎样去让求职者对你这个企业产生兴趣。

其次。

提升招聘人员的形象素质。

招聘的时候能吸引多少人，与负责现场招聘人员的形象素养也有较大的关系。

一个形象良好、让人感觉有档次的招聘者，肯定比那些一副小市民形象的招聘者更能让求职者产生信任感、安全感。

最后，招聘者所问的问题表现出专业性与科学性。

招聘者通过语言表达展示出来的风采魅力，也能让求职者特别是旁听者产生强烈的信任感与向往感。

想想看，负责人事的人水平很低的话，求职者能不怀疑这个公司的整体素质吗？

所以，在你的人出去招聘以前，是不是要将他们先培训一下呢？

2.个人待遇、发展前景一般，求职者缺少向往感“女人无所谓忠贞，忠贞是因为受到的诱惑不够；男人无所谓忠诚，忠诚是因为背叛的筹码太低”，网上流传的这句话虽然说得有点偏激，但还是反映出了大众的一个普遍的心态——你拿什么来吸引我，我的老板？

<<公司的浪费是如何产生的>>

编辑推荐

《博瑞森中小企业管理丛书:公司的浪费是如何产生的》全面梳理中小公司浪费真相的第1《博瑞森中小企业管理丛书:公司的浪费是如何产生的》！

看得见的漏洞+看不见的漏洞：16大类、68个实例、82个细节，你不知道的浪费真相，帮你找回被吞噬的利润！

最实用：分析+实例回放+专家点评+解决方法！

最鲜活：一切源自对企业的真实观察！

<<公司的浪费是如何产生的>>

名人推荐

有人说，公司的费用有一半是浪费了，但你永远都不知道浪费的是哪一半。

找出浪费需要勇气，更需要方法和智慧。

这本书给你织了16张网，把你漏掉的利润捞回来！

——红星美凯龙家居集团总裁助理、京沪西南大区总经理 王伟 经典经得起时间考验，值得一读再读，常读常新。

本书从实践中总结出一套制胜法则，书中案例丰富、思维独特、策略系统、方法实用，是老板、经理人的一本必读之作。

——中国策划协会会长 梁铭 经营公司犹如箍木桶，要把短板补足确实是重要的，但最为致命和根本的是桶底的漏洞，否则，竹篮打水一场空。

不是吗？

——品牌中国产业联盟副秘书长 中国品牌经理人协会秘书长 张吕清 “你聪明的，告诉我，我们的日子为什么一去不复返呢？

”朱自清在《匆匆》里提出了这样的疑问。

许多老板也提出了这样的疑问：我们的利润去哪里了？

企业不仅要提高销量，更要提高销量的含金量。

许多老板抱怨辛辛苦苦不赚钱，究竟是什么侵蚀了企业的利润？

答案就在《博瑞森中小企业管理丛书:公司的浪费是如何产生的》一书中！

——著名营销专家、《销售与市场》杂志社培训总监 王荣耀 书中的案例与发生在自己公司的事情如出一辙，看了这本书之后，困扰许久的问题有了头绪。

作者举一反三，进行启发和引导，让读者既能学会处理问题的方法和技能，又能思考如何建立完善的管理体系，从而达到较高的境界。

——北京无限立通通讯技术有限责任公司副总裁 朱国强 这是一个崇拜功劳，不同情苦劳的时代，利润是企业存在和发展的经济基础。

读孝明的这本书，或许可以帮你找回那些本不该丢失的利润。

——新日电动车终端管理经理、策划人 朱廷军

<<公司的浪费是如何产生的>>

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>