

<<追求卓越的激情>>

图书基本信息

<<追求卓越的激情>>

内容概要

在接下来的内容里，我所提出的不是别的什么，只是一些简单的事实、朴实的道理和基本常识；而且，没有什么开场白式的客套话要跟读者讲，要告诉你的就是：除了抛弃偏见和先入之见，并以自己的理性和情感独立决断之外，更要注重人的本性。说得再确切一点就是不要抹杀人的本性，并大大拓展自己现有的观念。

<<追求卓越的激情>>

作者简介

作者: (美) 汤姆·彼得斯

<<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第2章 走动式管理：显而易见的技术第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第5章 没有“商品”这种东西第6章 “仅仅是感觉”：论不能克服的客户的人性第7章 质量不是一种技术第8章 捕捉客户的“气息”关于客户问题的优秀读物第三部分：创新第9章 打破创新迷思第10章 三个秘密研发者的故事第11章 创新的环境第12章 创新的“气息”关于创新问题的优秀读物第四部分：员工第13章 深入人心的信念第14章 自主权！第15章 连声喝彩关于员工问题的优秀读物第五部分：领导第16章 关注、象征、戏剧、愿景还有爱第17章 转型与提高：小胜、废除官僚制以及成就卓越第18章 教练第19章 走动式管理第20章 卓越的学校管理第21章 卓越价值几何关于领导艺术问题的优秀读物致谢

<<追求卓越的激情>>

章节摘录

书摘但你总不能放弃你的商店每个人都有自己对事物的理解，这不奇怪。
所有的业务 从炸土豆片、洗衣机，到喷气发动机交易，也都是关于人和人之间的交易活动 只
不过有的是价值17美分的交易，而有的是价值1000万美元的交易活动罢了。
只要有交易活动，就会给人们留下记忆、留下一种交易方式、一种持续的感知 人们对自己受关注
程度的感知。
这似乎是一个很简单的道理，但却不都能够理解其中的要义。
我们所强调的整体客户满意度中，就包括了一个很重要的部分，即为特殊的客户提供他们所需要的产
品和服务。
这个你理解了吗？
有人会说：“是的，这正是所有的销售人员所希望的：让自己的产品符合每一位客户的需要。
我们有大量的产品 以及整体统一的产品线和无可比拟的成本基础。
”可是这还不是我们所说的要义。
拿下一个价值200万的项目、将车厢漆成棕色以满足客户的需要，或许是能够获取一时的胜利，但是，
如果不对客户的意见做出及时的反应，你离成功的距离就越来越远了。
在分析仪案例中，我们曾经想到了一个关于对过多的自我诊断的负面评价问题。
一位公司总裁说：“你是说我们不应该作自我诊断吗？
我们不应该允许我们的客户对他们自己的问题进行诊断吗？
”我们还没来得及回答，另一位公司总裁（成功人士）接过话题说：“不，这根本不是他们的意思。
他们的意思是说，你需要人性化的接触，也就是面对面的交流。
也许并不必要每次都这样，但至少要与客户保持联系，要与他们握手致意，要与他们频频见面。
某种程度上说，自我诊断是对的，但是，因此而与客户失去了联系可就不妙了。
”我们真是太感谢这位总裁了，他说出了我们想说的话。

<<追求卓越的激情>>

媒体关注与评论

书评20世纪最具影响力的商业书、管理学圣经《追求卓越》续篇。

一系列富于创造力的管理实践和方法。

极富教育意义并激发了人们的灵感极大地启发了管理者。

一本引导人们以大胆、创机关报的方式去管理员工和公司的指南。

本书包含了一位智者的智慧.....一部极为深刻的著作.....任何渴望成功的人士都会从本书中受益匪浅

。

非常有教育意义令人思路大开。

<<追求卓越的激情>>

编辑推荐

20世纪最具影响力的20本商业书、管理学圣经《追求卓越》续篇汤姆·彼得斯生于美国巴尔的摩市，曾获美国康奈尔大学土木工程学士及硕士学位，斯坦福大学工商管理硕士和博士学位。他曾任白宫药品滥用问题高级顾问、麦肯锡公司顾问，目前他积极参与国际管理学会、世界生产力协会和国际客户服务协会等国际组织的研讨活动，同时任汤姆·彼得斯公司董事长。他每年参加的研讨会近百场之多，还为各种出版物撰写了数百篇文章。汤姆·彼得斯在管理学界的地位无人能及。

《经济学人》杂志称他为“管理大师中的大师”，《商业周刊》因他打破了传统的管理理念而称其为“商业的最佳伙伴和最恐怖的梦魇”，《洛杉矶时报》称“彼得斯是后现代企业之父”，《财富》杂志则干脆声称“我们生活在一个汤姆·彼得斯时代”。

<<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>