

<<海尔的49项经营管理准则>>

图书基本信息

书名：<<海尔的49项经营管理准则>>

13位ISBN编号：9787802074460

10位ISBN编号：7802074460

出版时间：2006-3

出版时间：经济管理

作者：宿春礼

页数：215

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>

## <<海尔的49项经营管理准则>>

### 内容概要

海尔是一本书，是一部创业、改革、发展史，一部管理的百科全书，一部企业文化专著；海尔是一个故事，有着艰辛的过去，辉煌的现在和光明的未来；海尔是一个谜，它无时无刻不在创造着奇迹。

本书将从海尔的经营管理准则这一角度为你揭开海尔成功的背后的谜底。

本书将从海尔的经营管理准则这一角度探愁海尔成功的秘诀。

全书共分十章，分别谈到海尔品牌管理的准则、技术创新的准则、企业竞争的准则、激励员工的准则、客户服务的准则、岗位职责的管理准则、高超营销的准则、团队建设的准则、产品质量的管理准则和建设企业文化的准则。

同时，希望读者从本书中能有所收获。

## <<海尔的49项经营管理准则>>

### 书籍目录

品牌管理篇准则1：卖信誉而不是卖产品准则2：先创品牌再创汇准则3：国门之内无名牌准则4：海尔，中国造技术创新篇准则5：保持技术的不断创新准则6：抢占科技制高点准则7：技术与效率并进准则8：健全知识产权保障体系准则9：面向世界搞创新准则10：加强技术基础资源建设企业竞争篇准则11：居危思进准则12：产业本土化准则13：不打价格战准则14：一切为了客户而生产准则15：以强吃弱准则16：与狼共舞准则17：强强联合激励员工篇准则18：赛马不相马准则19：人才本土化准则20：人人是老板准则21：真诚对待员工准则22：以人为本客户服务篇准则23：用户永远是对的准则24：一站到位准则25：“零距离”服务准则26：差别化服务准则27：星级服务准则28：全程管家365一准则29：真诚到永远岗位职责篇准则30：严格遵循PDcA管理准则31：“6S”标准一准则32：讲效率，拼速度准则33：纪律高于一切准则34：严格遵循OEC管理要求准则35：敬业是岗位职责的根本标准市场营销篇准则36：走市场细分化之路准则37：主动创造市场准则38：建立独特的营销模式准则39：营销走向国际化准则40：建立高效的市场链团队建设篇准则41：自主管理的团队准则42：建设互动的团队准则43：把培训进行到底产品质量篇准则44：“六西格玛”质量标准准则45：全面质量管理准则46：产品质量“零缺陷”准则47：Is09000质量管理标准企业文化篇准则48：敬业报国，追求卓越准则49：由“首席文化官”引领发展参考书目

## &lt;&lt;海尔的49项经营管理准则&gt;&gt;

## 章节摘录

准则1：卖信誉而不是卖产品 海尔在树立品牌、打造品牌的过程中，首先明确的第一点就是：“卖信誉而不是卖产品”。

信誉是企业的生命线，是树立品牌的关键点。

在当今市场，从牙刷到理财服务，每样东西都已成为商品。

由于产品、服务和技术如此易于模仿，企业信誉成为决定顾客购买取向的决定性依据。

信誉的积累具有“难得易失”的特点，即企业需要长期付出艰苦的努力才能树立一点信誉，而一次失误就可能让从前积累的信誉丧失殆尽，进而毁掉一个品牌。

信誉积累的回报还具有“前低后高”的特点，即积累的初期信誉投资的回报率低，但是随着这种积累的持续进行，回报率会不断提高。

对此，海尔有着明确的认识，创业创名牌要有时空概念，不能今天是名牌就算了，而不管明天如何，要“风物长宜放眼量”。

原冷冻设备公司总经理杨传新在1995年的一天，忽然接到威海一位用户打来的电话，说对产品的性能不太了解，使用中不顺利。

杨传新立刻派售后服务部的一位同志去解决问题。

一小时过后，那个人从门外探头进来问他：“我怎么去啊？”杨传新当时就火了，说：“我以为你已经到了威海了！”

用户在等着你解决问题，你就不急？好，我现在告诉你怎么去威海，接外宾的高级轿车在总经办，你去申请吧！

告诉你，今天你到不了威海，解决不了用户的问题，就处理你！

”那个人当然是不敢去申请轿车的，但当天就赶到了威海。

信誉会在等待中丧失，这绝不是危言耸听。

山东荣成一位用户来信说，他为空调售后服务上门等了48小时。

为此，售后服务部全面整顿，人人设想在这48小时中用户忍受着怎样的不便，海尔的星级服务的信誉在这48小时里发生怎样的变化。

海尔有一句员工经常互相提醒的话：百金买名，千金买誉。

做99件好事不一定有人记住，但一件事服务不及时、不周到，信誉就会丧失，再花十倍、百倍的努力也未必能够挽回。

家住青岛丽海花园的用户王先生打来电话报修其购买的海尔冰箱冷藏门开关时有响声，要求11日下午3点前上门。

海尔冰箱售后服务人员黄杰在1点钟左右赶到用户家，只有王先生的妻子在家。

黄杰立即对冰箱进行了检查，发现是冷藏门螺丝松动所致。

原来王先生刚搬新居，向厨房搬冰箱时由于厨房门太窄，便自行卸下门体。

黄杰将螺丝紧固后排除了故障。

王先生的妻子又试探性地反映其家中的海尔滚筒洗衣机漏水，自己一个人弄不了，能不能帮助处理一下。

黄杰将洗衣机管路认真检查后发现是注水接头与水龙头接头处漏水，而且也是由于用户自行拆卸引起的，于是黄杰将接水口进行了防水处理。

处理完洗衣机后，黄杰还将王先生家中的海尔空调与燃气灶一并进行了检查，发现用户燃气灶不容易打火，黄杰经过更换电池恢复了其灵敏性。

王先生的妻子激动地说：“你们海尔人真了不起，没有不能干的……” 海尔实施的竞争方略是，用无微不至的服务赢得消费者的心，获取他们的信任。

海尔通过实践证明，顾客购买产品或享受某种服务时，都有一定的期望，如果一种产品一次又一次满足或超出了他们的期望，那么在顾客心目中，它就是高质量的产品，通过口碑相传，企业会获得更大的市场回报。

有一个下雨天，海尔洗衣机展台前来了一位中年人，他一眼看好了海尔“微笑天使”小小神童。

## <<海尔的49项经营管理准则>>

由于下大雨，直销员闫新建跟顾客商量：雨停了马上给您送货！

结果用户有急事：马上就要弄回家！

闫新建和用户打着雨伞一起把洗衣机抬到车站。

用户看了看地面的水很犹豫，不知放哪儿。

闫新建伸出了脚，洗衣机放在脚背上，他的鞋立刻全湿了。

顾客看着闫新建说：“你是商场的营业员还是海尔直销员？”闫新建说：“海尔人！”

“不简单！”

顾客说。

就这样，闫新建把洗衣机搁在鞋上一直到车来。

用户对企业的忠心是企业的“无价之宝”，海尔人认识到，“创名牌不是短期事业，必须考虑到全体消费者，不能有糊弄消费者的想法。

”并且，海尔人也正是以自己的行为和真诚，赢得了无数用户的信赖。

<<海尔的49项经营管理准则>>

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>