

<<最懂顧客心理的CEO>>

图书基本信息

书名：<<最懂顧客心理的CEO>>

13位ISBN编号：9789862510773

10位ISBN编号：9862510773

出版时间：台灣東販股份有限公司

作者：鈴木敏文 著
劉格安 译

页数：224

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>

<<最懂顧客心理的CEO>>

前言

前言 我目前所經營的Seven & i Holdings流通集團，旗下跨足便利商店、超市、百貨公司、餐廳、金融服務……等各式各樣的產業，包含海外子公司在內，全球的店舖網絡總計約三萬五千家店，總營業額保守估計高達九兆日圓。

一九六三年（昭和三十八年）我進入伊藤榮堂服務，那是我年正三十歲時候的事。當時伊藤榮堂剛邁入正式展開連鎖的第三年，分店僅有區區的五家，員工人數五百人，以新興超市業來說，尚處於成長的階段，如今回想起來恍如隔世。

從那時候開始，我便隨著日本流通產業的歷史，一同走過了四十幾年的歲月。

不過，我並不是因為想要從事流通的工作，才會踏入這個世界的。在轉職加入伊藤榮堂之前，我原先服務於東京出版販賣（現為日本東販）這間大出版經銷商的宣傳部。若按照現在的說法，當時的我其實是跟自己認識的一群夥伴計畫要獨立創業，所以才尋求伊藤榮堂成為我們的贊助商，結果最後卻順勢換了工作。

我們沒料想到，創業從此以後便成了一件不可能實現的事。在辭職也不是，不辭職也不是的情況下，我就這樣待了下來，然後在不知不覺中，這份工作便成了我一輩子的作品。

人生還真是不可思議啊！

人類有各式各樣的生存方式。有些人按照過往的生活習慣依樣畫葫蘆，有樣學樣地生活在昔日生活的延長線之上。相對地，也有些人的生存方式，是預先對未來設定出明確的目標，再倒過來推算決定前進的方向，有計畫地逐步朝目標邁進。

另一方面，也有些人的生存方式並不屬於上述的任何一種。這些人在面臨各種狀況的時候，如果眼前對未來浮現出「應該是這個樣子不是嗎」、「我想要這個樣子」的可能性時，絕對不會視若無睹，而會拚命地去爭取——這就是那些人的生存之道！

當困難伴隨著事物迎面而來，也就是他們大膽面對挑戰的時機。從旁人眼裡看來，這些人不採直線進攻、也不採取最短距離，反而是才結束這端的挑戰，馬上又挑戰那端，一步一步前行的方式，有如各站停車的電車。

或許對於許多人而言，這些人就像自投羅網般，老是主動往困難裡跳吧！不過，對我而言，經常從正面迎擊那些偶發的狀況、挑戰那些自認為值得挑戰的事情，以結果來說，絕非為一種不夠堅定的生存方式，且反而能使自己的人生堆疊出一層層的厚度。

回首過去，我似乎就是以這樣的生存方式一路走過來。我並不會順著過去的延長線前進，而是從下一步的未來，回頭思考自己應該怎麼做，然後迎接挑戰，這種方式又稱作「突破性思考」。

為了將此實踐在每天的工作中，我選擇透過團體組成的方式來執行。在此，我就借用這個詞彙，將這種生存之道稱作「突破性生存方式」吧。

創立日本史上第一家真正的連鎖便利商店7-ELEVEN、開發以往被人們視為家庭料理的御飯糰或便當等日式速食、為了在門市設置ATM（自動提款機）而成立以個人金融為主要業務的SEVEN銀行……等等，我的人生持續在反覆挑戰新的事物。

就我而言，實踐上述所提及之事，並非出自於我每次都渴望「必須做一些新的嘗試才行」，而是因為我總會自然而然地，針對某個狀況下應該要如何實行，產生自己的想法。

為何我會擁有這樣的思考方式呢？簡而言之，大概是因為我不會僅以過去的常識或經驗來判斷事情，而是比一般人擁有更強烈的意識，認為必須要用自己的眼睛來看清楚這個世界的變化吧。

不過，由於變化很難直接透過肉眼來觀察，要看清楚其中的徵兆也不是那麼容易的事，即使用語言也很難說明清楚，因此本書的其中一個目的，就是要藉由我的突破性生存方式，試著提供給各位一些看清變化的方法或思考方式。

<<最懂顧客心理的CEO>>

本書是以二〇〇七年四月（平成十九年），在日本經濟新聞上連載一個月的「我的履歷表」為基礎，進行大幅文字加工，並且增加當時為了配合報紙版面大小而捨棄的案例及詳細的說明。

尤其是關於經營方式或工作的推展模式這個部分，我試著在各個案例中，把我的想法提供給各位，儘量讓各位在閱讀實際案例的同時，能夠體會到多一點的訣竅。

而這個動作致使本書的內容比連載時多了兩倍以上。

對於那些讀過我的連載、透過信件給予我迴響的眾多讀者們來說，我想本書的內容也足以回應他們的期待。

「我們的競爭對手並非其他的同業競爭公司，瞬息萬變的客戶需求才是我們真正的競爭對手」——這是支撐著我們團隊經營的基礎當中，一貫不變的理念。

若將打敗競爭對手視為最終目的，在贏得勝利的當下，挑戰也就隨之結束。

但是，如果將客戶的需求視為真正的競爭對手，那麼即使今日有能力應付，明日還是會碰到需求再次改變的情況。

因此，我們不能停留在今日的滿足當中，而是要不斷追求成長，持續挑戰。

輕鬆地維持原樣、順其自然是很簡單的事。

只是我認為人類原本就是一種追求成長的生物，總是想要活得更好、總是希望能夠有所成長。

如果按照這種說法，持續迎接挑戰才是一種有人味的生存方式。

因此當我想要挑戰任何事情時，當初那些反對的人終究會成為我的一道助力，給予支援。

光靠我自己一個人的力量是什麼都無法達成的，一路走來，我受到了許多人的幫助，也才能夠擁有今日的成就。

更重要的是，我希望能透過這本書讓各位瞭解到，以人的身份面對「挑戰」是一件多麼美好的事。

鈴木敏文

<<最懂顧客心理的CEO>>

內容概要

內容介紹 他強調「朝令夕改」，認為隨機應變才能跟得上變化劇烈的時代。他永遠「站在顧客的立場」思考，提出源源不絕的創意。

他以「挑戰」創造了7-ELEVEN傳奇。

從一無所知的門外漢到創立日本7-ELEVEN，鈴木敏文秉持勇於挑戰的精神掀起零售業改革風暴，並成為Seven & i Holdings公司的會長暨總裁（CEO），掌管遍及全球的便利商店、超市、百貨公司等三萬五千家店，總營業額高達九兆日圓的巨大流通集團。

本書以他在日本經濟新聞上連載一個月的專欄「我的履歷表」為基礎，進行大幅文字加工，並增加當時為了配合報紙版面大小而捨棄的案例及詳細說明，是Seven & i Holdings總裁首次披露的改革軌跡。

<<最懂顧客心理的CEO>>

作者簡介

鈴木敏文 (SUZUKI TOSHIFUMI) Seven & i Holdings股份有限公司會長暨總裁 (CEO)
1932年生，長野縣人。
1956年自中央大學經濟系畢業後，服務於東京出版販賣（現為日本東販）公司，1963年9月時進入伊藤榮堂服務。
1973年 11月創立7-ELEVEN JAPAN，讓該公司不僅穩坐便利商店的龍頭寶座，更躍居為日本第一的零售業。
2003年5月，就任伊藤榮堂及7-ELEVEN JAPAN會長暨總裁。
2005年9月設立Seven & i Holdings，就任其會長暨總裁。
現在掌管遍及全球的便利商店、超市、百貨公司等三萬五千家店，總營業額高達九兆日圓的巨大流通集團。
曾擔任過日本經濟團體聯合會副會長、政府及各省廳審議會委會、中央大學理事長等。
2003年4月榮獲勳一等瑞寶獎章。
同年11月獲頒中央大學名譽博士學位。

<<最懂顧客心理的CEO>>

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>