

<<毒苹果>>

图书基本信息

书名：<<毒苹果>>

13位ISBN编号：9787506032049

10位ISBN编号：750603204X

出版时间：2008-8

出版时间：东方出版社

作者：[美] 罗伯特·赫柏德

页数：280

译者：洪懿妍

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>

<<毒苹果>>

前言

<<毒苹果>>

内容概要

你一定没想过，成功也会是企业的致命弱点。
它可以摧毁组织或个人洞悉改变的能力，同时还会破坏不断创新的动力。
本书以知名企业为例，告诉你如何避开九大陷阱，帮助企业远离成功后的傲慢自大与疏忽。
本书是使企业维持成长、保有市场地位、确保自身经久不衰的最佳读物。

<<毒苹果>>

作者简介

罗伯特·赫柏德 曾担任微软公司首席运营官。

在1994~2001年，他担任首席执行官的7年期间，微软的营业收入增长了4倍，利润增长了7倍。

在微软之前，他在宝洁公司服务了26年，最后5年，担任资深营销副总裁。

赫柏德现为赫柏德集团的常务董事，同时也是INSEAD管理学院新加坡分校的资深行政官员、布什总统科技顾问团的一员以及多家企业董事会董事。

<<毒苹果>>

书籍目录

推荐序 最大的敌人是自己 前言 别让成功成为企业的致命伤第一章 经典案例：通用汽车 弱点开始浮现 衰退动能加快 严重的设计、成本及劳工问题 组织切割 希望落空 第二章 为何发生这种事情第三章 避免因循的思维与行为：丰田汽车 对新进员工进行大规模的“改善”训练 努力不懈追求成效 丰田的实时生产模式 全球车身生产线 卓越的产品 销售成果第四章 小心成功的九大陷阱 陷阱一 疏忽：固守昨日的商业模式 陷阱二 傲慢：让产品过时 陷阱三 乏味：创新速度缓慢 陷阱四 复杂：坐视日益烦琐的商业流程 陷阱五 自大：为缓慢与迟钝找借口 陷阱六 平庸：宽恕拙劣的表现，让杰出员工凋零 陷阱七 了无生气：生于忧患，死于安乐 陷阱八 胆怯：无力招架竞争对手 陷阱九 混淆：传递矛盾的信息 陷阱一 疏忽：固守昨日的商业模式第五章 面对现实，积极处理弱点 IBM 郭士纳策略 下一个挑战 易趣 安捷伦 安捷伦的大问题 面对现实 结果 索尼 第六章 重复运用有效的做法 富达投资公司 麦哲伦年代 扩大业务 地域扩张 新的流通机会 纽柯 日本的方法 小型钢铁厂概念 结果 沃尔玛百货 丰田汽车 陷阱二 傲慢：让产品变得过时第七章 独特性：绝不可或缺的要素 克莱斯勒 合并 新领导 独特的新产品 Hemi引擎 克莱斯勒的成果 第八章 缜密分析后下大赌注 Verizon电信公司 大赌注 面面俱到的计划 对大赌注的态度 微软 基本原理 指派顶尖人才投入 第九章 不断活化核心产品，善用转折点 德州仪器的故事 淡化失误 彻底清除 艰难时刻 丰田汽车 组织的努力 加拿大能源公司的抉择 陷阱三 乏味：创新速度迟缓第十章 保持晶牌特色 宝洁的品牌策略 宝洁洗涤剂 佳洁士牙膏 以麦当劳为例 成功出击的哈雷摩托车 广泛的市场营销攻击 新鲜但一致的意见 第十一章 强调细节与执行，绝不懈怠 星巴克的成功之道 星巴克的诞生 那是什么 完整的训练 产品与咖啡店 保护品牌 第十二章 保持在状态之内 可口可乐的教训 至关重要的决定 商业含意 宝洁的例子 深刻的教训 陷阱四 复杂：坐视日益烦琐的商业流程第十三章 不要坐等危机 施奈德公司 第一银行整装再发 简化策略 精简机构 丰美的成果 第十四章 为既有的流程寻找新的做法 宝洁的做法 经证实的过程 新波折 三星集团 戴尔计算机 戴尔的优势 企业文化与市场成果 陷阱五 自大：为缓慢与迟钝找借口 第十五章 你是否对公司目前的做法麻木不仁 柯达的教训 20世纪90年代 1999年 2002年 2003年 2005年 花旗集团 挑战 训练、灵活性和成果 第十六章 指派顶尖人才处理棘手问题，并充分授权 宝洁 微软 耐克 耐克的诞生 授权 果断的人事决策 灵感 陷阱六 平庸：宽恕拙劣的表现，让杰出员工凋零第十七章 速度与灵活性的关键在于领导 第十八章 提高人才选任标准 第十九章 不要害怕引进新人才 第二十章 经验愈广泛愈好 陷阱七 了无生气：生于忧患，死于安乐第二十一章 清楚、简单与重复的企业文化 第二十二章 创新，激发企业活力 第二十三章 避开以自我为中心的灾难 陷阱八 胆怯：无力招架竞争对手第二十四章 打破地盘，推动计划 第二十五章 组织一支你信任的团队 第二十六章 理清责任归属，避免孤立主义 陷阱九 混淆：传递矛盾的信息第二十七章 我们要往哪儿去，又该怎么做 第二十八章 把期望讲清楚 结论 成功不坠的关键：存疑的态度 第二十九章 绝不能依靠胜利

<<毒苹果>>

章节摘录

我见过太多这种情况了。

个人或企业经历了胜利的狂喜，但这群才干之士与一流企业却很少会退回原点，检视商业模式中的所有环节，正视这个问题：这些环节是否获得不断的改善。

在他们的商业模式中，是否有某些方面优于竞争对手？

有没有落后的地方，如果有的话，多久可以赶上？

有哪些新科技与新概念可以强化他们的商业模式？

假设你是丰田汽车的首席执行官，决定进入豪华房车的市场，于是就推出了Lexus。

你担心环境及政治因素终究会影响石油供给与价格，于是你发明了普锐斯油电混合车。

如果你是20世纪80年代的通用汽车的领导人，理想上应该仿效丰田在生产与工作场所方面的做法，建立新工厂，以取代现有全部的生产设备，然后命令员工打败丰田。

提到某个产业里的企业运作模式时，只要想到其中竟然蕴涵了那么多的机会时，就会令人惊讶不已。

跳进某个领域，建立压过竞争对手的独特优势。

我们都看过有些企业因为独特的运筹做法、优异的顾客服务模式，或是以极其新颖的手法在某个产业里扩展产品及服务，从而获得空前的胜利。

最重要的，你要不断地挑战你的企业，想象一个与现在全然不同的世界，然后切切实实地探索你的潜力，建立真正的优势。

<<毒苹果>>

编辑推荐

意识到个人与企业陷入这种成功的陷阱，是一件很重要的事情。

作者写《毒苹果》是使企业维持成长、保有市场地位、确保自身经久不衰的最佳读物。

这《毒苹果》的目的是为了帮助个人及企业获得成功，并保持住成功而写的。

胜利以及获得重大成就往往开启了一段通往失败的漫长而又痛苦的旅程。

企业的历史往往充满了令人扼腕的故事。

曾经盛极一时的企业，在到达巅峰之后往往无法持续前进，继续获得成功。

成功变成了企业的致命伤，它可以摧毁一个人或一个企业洞悉改变的能力，也会破坏一个人或一个企业寻求创新的动力。

企业和个人会被所谓“因循”（legacy）的做法与思维给绊住，成功的后遗症是个人及企业所面临的最严重的问题。

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>