

<<柳传志何以成大事>>

图书基本信息

书名：<<柳传志何以成大事>>

13位ISBN编号：9787511329509

10位ISBN编号：7511329500

出版时间：2013-1

出版时间：兰涛 中国华侨出版社 (2013-01出版)

作者：兰涛

页数：257

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>

<<柳传志何以成大事>>

前言

1984年，伴随着改革开放的大趋势，中科院计算机所投资20万元人民币创立了联想公司，柳传志等11名中科院科研人员是这家公司最早的员工。

2012年的联想已经成了总资产过千亿，员工4万余人经营IT、房地产、投资、化工等多个行业的综合性国际化大公司。

1984年，柳传志40岁。

他前一大半的人生是那样的平凡，但是联想公司的成立彻底改变了他的命运，他从一名中科院研究员摇身一变成了一家公司的负责人。

在联想公司总裁的位子上，他一坐就是27年，创造了无数的商业奇迹，也铸就了他从平凡到传奇再到伟大的一生。

2011年11月2日，已经67岁的柳传志卸任联想集团总裁，由杨元庆接任；2012年6月18日，柳传志卸任联想集团母公司联想控股总裁，由朱立南接任，柳传志剩余的职务仅仅是联想控股董事长以及执行委员会主席。

就这样，被称作“IT业教父”，并获得“2011中国经济年度人物终生成就奖”，的一代传奇企业家柳传志正式退出了一线商业领域，他所留给我们的，是他管理联想27年的管人管事管企业的72个核心方略。

毫无疑问，作为中国最早一批企业家中的佼佼者，柳传志是中国大陆企业界当之无愧的领袖，在世界范围内也是足以与杰克·韦尔奇、松下幸之助这些最富盛名的企业家平起平坐的企业管理名家，他的很多管理理念都已经成为了企业管理专业教科书中的经典思想。

与此同时，他在联想所取得的成功也一次又一次地印证着柳传志的管理学思想的有效性。

因此，他的思想将影响未来中国乃至世界上的一代又一代的企业家和有志于研究和从事企业管理工作的人，这其中自然也包括翻开这本书，看到这段话的你。

本书为您全面分析并解读柳传志和他的联想一路走来所涉及到的管理方面的诸多要点，并结合其他世界名企的管理学案例，将其与柳传志的管理学思想相印证，深入浅出地将柳传志管人管事管企业的思想精粹呈现在您的面前。

在叙述的条理性上，本书将柳传志的全部管理思想分为“企业战略”、“决策制定”、“人员管理”、“品牌塑造”等十大方面，分门别类地为您进行细致地疏通和整理，让您能够更有效率地吸收柳传志管理思想中的精华。

最后，愿本书可以帮助您站在柳传志这样的巨人的肩膀上并且更进一步，早日成就辉煌的事业。

<<柳传志何以成大事>>

内容概要

《柳传志何以成大事：管人 管事 管企业的72个方略（总结版）》为您全面分析并解读柳传志和他的联想一路走来所涉及到的管理方面的诸多要点，并结合其他世界名企的管理学案例，将其与柳传志的管理学思想相印证，深入浅出地将柳传志管人管事管企业的思想精粹呈现在您的面前。

在叙述的条理性上，《柳传志何以成大事：管人 管事 管企业的72个方略（总结版）》将柳传志的全部管理思想分为“企业战略”、“决策制定”、“人员管理”、“品牌塑造”等十大方面，分门别类地为您进行细致地疏通和整理，让您能够更有效率地吸收柳传志管理思想中的精华。

<<柳传志何以成大事>>

作者简介

兰涛，知名管理实战专家与畅销书作者。

醉心于将自己多年来在职场、商场的所见所闻及自身所累积的丰富经验，以深入浅出的方式来激励人心，为年轻人点燃一盏人生规划的明灯。

出版有《从中层到中坚》、《舍与得的领导艺术课》、《你就是自己的公司》、《盛田昭夫的商道公开课》等。

<<柳传志何以成大事>>

书籍目录

第一章 先谈方向，再求速度--柳传志的“企业战略”思想 方略1没有目标的企业做不长 方略2企业战略要随需而动 方略3给目标加上明确的期限 方略4跳出画面看画 方略5再周密的计划也赶不上环境的发展变化 方略6两点之间未必直线最短 方略7勇于对诱惑说“不” 第二章 每一个选择，都关乎企业的未来--柳传志的“决策制定”思想 方略8作为决策者，需要感受到压力 方略9错误的决策会让企业蒙受巨大损失 方略10做决策需要一步一个脚印 方略11要站在多方面审视决策的优劣 方略12大决策可以分解成小目标 方略13决策的制定要有前瞻性 方略14决策者需要时刻完善自己 方略15企业管理者要学会选择和放弃 第三章 事业是做出来的，执行力就是竞争力--柳传志的“执行力”思想 方略16有了正确的决策就该立即执行 方略17做企业也要“知行合一” 方略18企业修炼执行力 方略19用制度确保执行，用宣传升华执行 方略20好的执行力得益于好的管理团队 第四章 有忠臣，企业才有未来--柳传志的“人员管理”思想 方略21没有充足的人才就没有企业的未来 方略22只有与企业同心同德的人才值得培养 方略23企业需要各式各样的人才 方略24人才培养是一个不断实践的过程 方略25在人才中选拔精英 方略26培养一层人而不是培养一个人 方略27“德才兼备”，以德为先 方略28“项链理论”你要懂 方略29要把握好内部竞争的度 方略30奖惩必须严明 第五章 用无为之法，做有为之事--柳传志的“内部管理”思想 方略31尊重他人的意见，但每个人都要为自己的意见负责 方略32小公司有小公司的管法，大企业有大企业的管法 方略33企业的制度比天大 方略34无法改变环境，那就去适应环境 方略35管理者最大的职责是沟通和协调 方略36作为管理者，必须要言出必行 第六章 小企业狠抓管理，大企业塑造文化--柳传志的“企业文化”思想 方略37企业文化是无声的命令 方略38企业使命是最高的企业文化 方略39亲情文化要让位于企业利益 方略40让企业成为家族，别让家族成为企业 方略41奉献精神是最好的企业文化 方略42两家企业合并最大的难题是在文化磨合上 第七章 品牌，企业信誉的长期积累的结果--柳传志的“品牌塑造”思想 第八章 善用钱，赚大钱--柳传志的“资本运营”思想 第九章 风险不可怕，可怕的是忽视风险--柳传志的“风险防范”思想 第十章 不满足，企业发展的持续动力--柳传志的“持续发展”思想

<<柳传志何以成大事>>

章节摘录

版权页： 方略43 品牌是文化，更是企业的出路品牌文化是企业的必经之路 --柳传志 凡是成功的企业都会有自己的品牌文化，品牌文化是企业的出路，企业品牌都会赋予深刻的文化内涵，并且有一个准确的定位，通过传播，让消费者在精神上给予认同，创造出品牌效应，最终形成品牌信仰。

能把品牌做成一种文化，那么在市场中的竞争力会无形中上升。

柳传志的联想集团起初是采用“Legend”为企业品牌，这个英文单词的意思是“传奇”，和“联想”这个中文名没有一点关系。

柳传志采用“Legend”的时候，并没有很强的国际化企图，它更多的是表现柳传志的愿望，希望为自己的企业创造奇迹，书写自己的传奇。

联想的品牌历史也有20多年，最早可以追溯到1984年11月，那个时候联想在中科院刚刚成立，计算机技术并不成熟。

“联想”取名是来自第一个产品，英文名字叫做“Legend”。

多年来，联想企业一直站在IT的前沿，联想集团的“Legend”商标也因此而闻名于世界。

到了1986年，“Legend”这个商标是在香港启用。

柳传志最初的想法只是为了用品牌效应来谋生，没有想到国际化这一层。

随着联想集团的发展，成千上万的产品出现在了国外的市场，而“Legend”品牌也被人们所接受和欢迎。

于是，联想就有了更高的目标，就是打入海外市场，走上国际化。

2003年的时候，联想开始使用新的商标，叫做“Lenovo”，其中“novo”是一个古来的拉丁词根，代表着：新意，创新。

而“Le”代表现有的“Legend”，整个名称的意思是“创新的联想”，这个品牌传递着联想“科技创造自由”的理念，并注入了更多新的活力。

现在，联想的这个新品牌已经进入了国际市场，是世界知名的计算机品牌。

联想从最初的“计算机公司”到“创新的联想”，从IT硬件销售到“高科技的、服务的、国际化的联想”，它能成功并不只是一个品牌商标，更重要的是它体现出了品牌文化。

柳传志是如何让联想成为国际上的响亮招牌的呢？

柳传志在做品牌的时候，他决不会甘心联想去依附海外品牌，他立志要把联想经营成百年老店和进入世界五百强。

柳传志在联想成立15周年的讲话中，他把联想的品牌目标分为了3个步骤。

第一步是要把联想作为中国市场的主力品牌；第二步是形成国际性的规模制造业；第三步是成为国际性品牌企业。

柳传志没有选择为品牌大力地做广告、做宣传，那样的话会面临市场风险和资金压力。

柳传志认为，在全球化的格局中，中国货在国外市场并不起眼。

关键就是品牌效应差，在外国人眼中没有价值和内涵，所以，首先该做的就是要提升中国产品在国际上的形象，改变国外消费者心中不佳的印象。

其次，增强中国企业进军海外的信心，对于进入海外市场这一决定，联想的元老们都抱有恐惧感，他们认为进入国际市场是天方夜谭的事儿，报的希望并不大。

最后一点就是找一条可以有效地打造国际品牌的道路，减少了风险成本和摸索的时间。

柳传志说：“商业也是这样，总是有人付钱买单，有人免费喝汤。

作为领导型企业，为集体买单似乎是不可逃避的义务，虽然有其他企业搭便车‘喝汤’，但‘吃肉’的仍是自己。

”在柳传志的带领下，如今的联想在国际上的品牌效应很好，柳传志做出了品牌文化。

<<柳传志何以成大事>>

编辑推荐

《柳传志何以成大事:管人管事管企业的72个方略(总结版)》由中国华侨出版社出版。

<<柳传志何以成大事>>

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>