

<<激情传递>>

图书基本信息

书名：<<激情传递>>

13位ISBN编号：9787543859197

10位ISBN编号：754385919X

出版时间：2009-8

出版时间：湖南人民出版社

作者：周锡冰

页数：251

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>

<<激情传递>>

内容概要

当你更进一步思考上述“现象”时，你会很快发现公司面临的问题多得让你无法想象，在中国企业诸多问题中，究其原因，最大的问题不是战略的问题，也不是决策的问题，而是组织成员缺乏执著激情精神。

如何才能解决这个问题呢？

企业应倡导组织成员从不把组织成员的工作看做是乏味的事情，组织成员从工作和培训中获得更多的意义。

让组织成员从学习当中找到乐趣、尊严、成就感以及和谐的人际关系，这是作为一个合格组织成员所必须承担的责任。

<<激情传递>>

作者简介

周锡冰，中国本土化管理资深管理专家，区域经济研究青年学者，浙商研究资深管理专家，北京华夏圣文管理咨询有限公司首席咨询师，中国，总裁培训网首席培训师，签约财经作家，发表财经作品数百万字，常年研究联想、海尔、青岛啤酒：国美、娃哈哈等大型企业。著有《命门，中国家族企业死亡真相调查》、《雁阵规则》，《中小企业28种激励误区》、《把脉企业领导最可能犯的4种错误》、《把脉：企业员工常犯的49种错误》、《领导潜规则》、《丰田式成本管理》、《联想：中国IT企业国际化品牌行销之道》、《家企之路》、《娃哈哈营销革命》、《格力非常道》、《国美攻略》、《青啤百年攻略》、《从发现到解决》等财经管理著作。

<<激情传递>>

书籍目录

- 第一章 激情传递才是硬道理
- 一、激情不传递就犹如一潭死水 / 3
1. 让工作激情传递更有价值 / 3
2. 激情必须勇于传递 / 6
3. 传递激情不是只在嘴上喊的 / 9
- 二、传递激情的团队才是最有竞争力的团队 / 16
1. 刘邦的胜利就是在于刘邦传递了激情 / 16
2. 把激情传递给组织的每一个成员 / 22
3. 中国企业缺少激情传递的管理者 / 27
- 三、在新的世纪里, 永续成功的公司必然是传递激情的先锋 / 32
1. 竞争的胜败取决于管理者传递激情的程度 / 33
2. 把激情保持下去才是基业常青的不朽之谜 / 39
3. 将激情互相传递才是组织最失的财富 / 46
- 第二章 传递激情是领导者的硬素质
- 一、传递激情是卓越领导者的硬素质 / 51
1. 对于中国企业来说, 激情缺失是一种普遍状态 / 51
2. 传递激情不仅仅是一种管理模式 / 62
3. 激情传递是领导者的责任 / 66
- 二、管理者名副其实就是激情传递的大力倡导者 / 71
1. 卓越的管理者本身就是激情的传递者 / 71
2. 管理者首先是激情传递的觉悟者 / 77
3. 管理者必须是激情传递的执行人 / 79
- 三、卓越的领导者不仅要会管理, 更要会传递激情 / 83
1. 管理者传递激情比技术革新更重要 / 83
2. 激情传递必须建立在理性的基础上 / 87
3. 传递激情可以在最危难时刻力挽狂澜 / 100
- 四、激情传递的方式随着领导者个性而变化 / 105
1. 把传递激情的管理工作落实到行动上去 / 105
2. 激情传递不只在领导层, 而在于所有的组织成员 / 108
3. 伟大的追随者大多数是激情传递的信徒 / 112
- 第三章 四个因素影响激情传递
- 一、真诚地赞赏组织的每一个成员 / 117
1. 适当地赞美组织的每一个成员 / 117
2. 经常对组织成员翘翘大拇指 / 120
3. 不要吝啬对组织成员的赞美 / 125
- 二、企业管理者对组织成员给予更多的关心与爱护 / 128
1. 关心组织成员的利益 / 128
2. 管理者要让下属感知到你的关心 / 131
3. 像关注顾客一样关注组织成员 / 133
- 三、让组织成员觉得自己在组织里非常重要 / 139
1. 让每一个组织成员都觉得自己重要 / 139
2. 让组织成员感到自己是最重要的一员 / 145
3. 自己的组织成员比客户更重要 / 149
- 四、创造一个舒适的工作环境 / 153
1. 给组织成员快乐的工作环境 / 153
2. 营造和谐宽松的环境 / 159
3. 给组织成员带来一个愉快的工作环境 / 163
- 第四章 构建完善的激情传递管理体系
- 一、要想传递激情, 必须建立对外富有竞争力的薪酬体系 / 169
1. 建立企业对外富有竞争力的薪酬体系 / 169
2. 两大薪酬体系影响组织成员的激情传递 / 179
3. 加强企业对内公平的薪酬体系 / 185
- 二、构建完善、科学的激情传递动态管理模型 / 192
1. 动态管理模型必须系统化、动态化 / 192
2. 动态管理模型必须强化企业的预警机制 / 202
3. 构建组织成员激情传递反馈评估机制 / 206
- 三、建立高效的激情传递管理系统 / 211
1. 激情传递已经成为人力资源管理的核心内容之一 / 212
2. 加强对激情生命周期的管理 / 215
3. 搭建起全新的激情管理系统管理模式 / 218
- 四、构建保证激情传递的企业文化体系 / 222
1. 企业文化是激情管理的一个节点 / 223
2. 不可忽视企业文化对激情传递的影响 / 225
3. 激情传递不是瞬间的一个状态, 而是一种持续的文化 / 230
- 五、用信任来传递激情 / 232
1. 不信任是消耗激情传递的最大成本 / 232
2. 信任是组织成员100%地传递激情的根基 / 237
3. 管理者不信授权, 激情根本就无法传递 / 241
- 参考文献 / 245
- 后记 / 250

<<激情传递>>

章节摘录

思科（Cisco）全球副总裁林正刚曾说，思科的成功不在于技术，而在于管理者将激情传递给组织的每一个成员。

可见，仅有战略不能让组织在激烈的竞争中脱颖而出，而具有激情，并且还将激情传递给组织成员的执行者可使组织创造出实质的价值。

因此，组织导入激情传递管理理念，就意味着导入了激情传递管理文化。

激情传递管理理念是以顾客为中心，提倡不断改进来统一组织成员的思想，以系统的方法为组织成员提供统一的工作和改进方式（DMI-AC模式），这些要求对任何组织都是一种挑战，要求组织在推进激情传递管理战略的过程中，组织要克服各种阻力，学习新方法，并让组织成员接受这种新方法，以应对内外环境的变化。

组织要做到这一点，需要改变组织成员的观念和行为。

没有做事方法的改变，就不会有结果的改变，激情传递管理作为一种突破性战略，它的引入需要改变组织成员的观念和行为，这就会涉及组织价值观和文化的改变，也会涉及组织结构和体系架构的根本性改变，就会产生强大的变革阻力，它们表现为技术阻力、管理阻力、文化阻力等等。

这就要求组织要加强变革管理，通过增强和保持沟通、激励和培训，使组织成员在观念和行为上接受激情传递管理这一新理念。

事实上，成功实施激情传递管理，可以立竿见影地给组织带来丰厚回报，那么，对于管理水平相对较低的我国大多数组织来说，如何成功实施激情传递管理呢？

以下几个方面的建议，供组织实施过程中进行参考。

.....

<<激情传递>>

媒体关注与评论

在一个企业里，一个人的激情是永远不够的，必须把激情传递开来，哪怕是世界上最伟大的CEO 杰克·韦尔奇也不例外，只有让整个组织里的成员都充满激情，这样才更商利于企业的基业常青和永续经营。

——哈佛太学哈佛商学院教授约翰·奎尔奇 让激情传递，让组织的每一个成员都持有激情，最重要的是尊重个人，其次是互相信任，然后是论绩嘉奖。

很多人说柯达公司不但决策屡很有激情，而且整个公司里的各个团队都非常有激情，甚至公司外部的人都被那种激情、那种投入所感染。

——柯达公司全球副总裁 卡尔文·柯立芝 传递组织成员的工作激情，管理者必须依靠自己的言传身教，以及企业管理者的工作激情，这样才能更好地发挥组织成员的创造力。

——通用电气前总裁杰克·韦尔奇 规范组织成员管理，需要构建一套完善的组织成员管理体制来保障。

对公司而言。

赢得了组织成员就赢得了竟每的胜利，如果留不住组织成员，公司将快速死亡。

——华为CEO任正非

<<激情传递>>

编辑推荐

卓越的企业领导者不仅善予用激情来激励自己，还应该善于调动和运用激情，将激情传递给自己的团队，从而调动组织成员的工作积极性，使组织成员翻造出更大的业绩。

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>