

<<沃尔玛大学>>

图书基本信息

书名：<<沃尔玛大学>>

13位ISBN编号：9787801972682

10位ISBN编号：7801972686

出版时间：2005-6

出版时间：企业管理出版社

作者：陈伟

页数：246

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>

<<沃尔玛大学>>

内容概要

始终如一的经营理念 沃尔玛的成功，很大程度上归功于它的低价策略，特别是一直坚持的“天天低价”法则。

扁平结构的管理体制 沃尔玛公司总部实行扁平结构的管理体制，下设四个事业部，分别管理购物广场(含折扣店)、山姆会员店、国际业务和物流业务。

供应商的战略合作 沃尔玛始终贯彻“从供应商那里为顾客争取利益”的采购原则。沃尔玛对供应商管理实行战略合作伙伴式的运行模式。

精准的销售策略 沃尔玛的商店管理部门通过对市场形势进行不间断的分析研究，及时地提出经营模式和销售策略，努力使整个公司的经营管理始终保持较高水平，在竞争中处于有利地位。

高科技的物流体系 沃尔玛拥有全美最大的私人卫星通讯系统和最大的私人运输车队，是其供货系统的另一个无可比拟的优势。

沃尔玛正是通过信息流对物流、资金流的整合、优化和及时处理，实现了有效的物流成本控制。

平等的员工伙伴关系 “关注员工，关注顾客，关注供货商”，这是沃尔玛公司独特的管理理念。

善待每一位员工就是善待每一位顾客。

力争完美的企业文化 从20世纪60年代初的一家小店到90年代成长为世界十大公司之一，沃尔玛“力争完美”的雄心依然未变。

沃尔玛强调不断创新和超越，永远提供超出顾客期望的服务，“把我们的事情做到最好。”

<<沃尔玛大学>>

书籍目录

序言/1第一章 核心原则的标准化化管理/1细节1：“天天平价”也能获得高利润/3细节2：坚持“顾客永远第一”的信条/7细节3：不仅服务一流，还要为顾客省钱/10细节4：充分发挥内部数字化系统/14第2章 开店筹划的标准化化管理/7细节5：为避竞争，开店先从小镇开始/19细节6：尝试新店铺模式，打造业态舰队/23细节7：店面选址，应考虑地利为先/29细节8：科学设计能牢牢吸引顾客的卖场/33细节9：营造一种轻松、自然的购物氛围/36细节10：确定富有竞争力的商品结构/38细节11：灵活的商品定价策略/42细节12：“会员制销售”创造奇迹/47细节13：长期的折价销售塑造平价形象/51细节14：最少的钱，最好的广告效果/53细节15：精简机构以求高效运作/56第三章 连锁扩张的标准化化管理/59细节16：从新的领域寻找新的增长点/61细节17：以低成本策略赢得竞争优势/64细节18：推动沃尔玛股票上市计划/67细节19：收购兼并成就国际化之路/72细节20：利用自身优势迅速推行全球化/77细节21：发掘中国发展模式的独特优势/80细节22：获取利润源泉的六个关键/83细节23：全部实行直营连锁发展模式/87细节24：借助本土化策略站稳脚跟/90细节25：不耻于学习竞争对手的长处/93细节26：创新，从细微之处着手/96细节27：知己知彼，方能赢得竞争/101第四章 顾客服务的标准化化管理/105细节28：标准化的顾客服务准则/107细节29：顾客满意才是最关键的问题/110细节30：全员行动，才能提供优质服务/113细节31：无时间点服务，无障碍退货/115第五章 员工关系的标准化化管理/119细节32：吸收并留住最适合公司发展的人才/121细节33：以行动诠释“员工是合伙人”/124细节34：“店中店”理论的授权实践/128细节35：形式多样的员工培训方式/130细节36：推行一种“开放式”的管理模式/133细节37：有效地激励，激发员工最大的潜能/136第六章 物流采购的标准化化管理/139细节38：建立自己的配送中心，保证送货/141细节39：依靠自己的运输车队实现高效配送/145细节40：建立一个“无缝”的物流系统/148细节41：沃尔玛&宝洁：一个产销合作的典范/151细节42：发挥多种采购模式的优势/155细节43：与众不同的供应商管理方案/158细节44：设立专门的“工厂认证”计划/162细节45：确保整个采购流程透明、公正/166细节46：以最低价格将商品采购进来/169细节47：成为推动OR运动的主要力量/172细节48：与供应商建立合作伙伴关系/175细节49：不断优化供应链，创造更多价值/178第七章 信息技术的标准化化管理/181细节50：实现企业经营与信息技术的结合/183细节51：开发强大的数据仓库，实现信息共享/186细节52：充分发挥联合预测补货系统的作用/189细节53：领先运用电子数据采集技术/191细节54：动用卫星随时控制库存和进货/195细节55：抢先投资于Wal-Mart.com/197第八章 危机应对的标准化化管理/201细节56：设法摆脱财务危机的尴尬/203细节57：成功处理“反对沃尔玛运动”/205细节58：化解劳资危机，赢回员工的心/209细节59：扭转经理人“大出走”的危局/213第九章 企业文化的标准化化管理/217细节60：永恒的主题——追求卓越/219细节61：营造欢乐愉快的工作气氛/221细节62：体现沃尔玛轻松文化的周六例会/224细节63：独特创举——沃尔玛式欢呼/227细节64：坚持一切“以人为本”/230细节65：时刻保持谦虚经营的准则/233细节66：让股东们了解一个真实的沃尔玛/236细节67：时刻关注社会，开设环保商店/239细节68：回报社会，赢得美誉/242参考文献/245

编辑推荐

沃尔玛的胜利只是一个象征。
它昭示着一个制造商一统天下的时代已经过去，一个零售为王时代的来临。
而沃尔玛的历史其实就是一部“零售为王”的历史！

零售就是细节——沃尔玛称霸世界500强的秘诀 几乎所有零售企业都会在某种程序上坚持低价策略，但为什么只有沃尔玛能够把这个低价策略贯彻到它的经营活动的每个环节中去。例如，在公司管理结构，供货商战略合作关系，高科技的物流体系等等，我们都能发现沃尔玛价策略的贯彻实践。

举个例子，在沃尔玛的招聘过程中，它的一个应聘地点居然是一个略显破旧的二星级宾馆，面试官居然还挂着亚太区的一个副总裁头衔，这在别的世界500强企业是难以想象的。

但正是这个细节，深刻地体现了沃尔玛企业文化中对成本控制的观念，从而派生出这种外人也许无法理解的细节。

更深刻的是，沃尔玛的细节不仅源自它奉为圭臬的“天天平价”法则，而是源自它坚持不懈倡导的价值观，甚至对细节的关注本身也成为企业价值观的一部分。

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>