

<<追求卓越2>>

图书基本信息

书名：<<追求卓越2>>

13位ISBN编号：9787802495630

10位ISBN编号：7802495636

出版时间：2011-1

出版时间：工商联

作者：汤姆·彼得斯

页数：333

译者：魏平

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>

<<追求卓越2>>

前言

2004年7月28日，我在tompeters.com上发表了博客第一帖。

内容是关于当时担任伊利诺斯州参议员的贝拉克·奥巴马(Barack Obama)在2004年波士顿民主党大会上的演讲。

这篇帖子与政治无关，我在其中提到的是奥巴马的演讲棒极了——这一观点可是来自一位演讲鉴赏高手(也就是我)。

自此之后，我已经在博客上发表了1700多篇帖子，而且在朋友们的帮助下博客蒸蒸日上——2007年的时候它甚至荣登访问量500强之列。

2004年9月18日，也就是在开始我的博客之旅的6个星期之后，我在波士顿郊外的纳提克商场(Natick Mall)偶然发现了一家特别混乱的连锁商店。

之后我立刻发表了一篇题为“干净整洁的团队！”

”的帖子，这也是“成功或者赚钱的100种方式”中的第一条。

我指出，这家商店令人难以忍受的混乱分明是在大声呼喊：“我们不在乎。”

”我还提到，人们在评价商店，甚至会计师事务所时，外貌和内涵一样重要，或者说更加重要。

外貌是人们衡量内涵时的重要标准——事实上，它就是内涵的一部分。

我承诺将继续写下100条此类“秘诀”——只有上帝才知道我为什么要这么做。

我很享受这个过程，截至2009年7月，我已经超额完成了自己的承诺——发表了176篇帖子！

期间，海佩里恩(Hyperion)出版社的第一任老板、现在负责哈珀工作室(Harper Studio)的鲍勃·米勒(Bob Miller)。

)(网上冲浪时)偶然间发现了这些秘诀，于是与我们取得了联系，说：“您无意间已经写成了一本书。”

”他发过来一份合同——虽然我曾经发誓自己再也不写书了，但还是在上面签了字。

嗨，为什么不呢？

可以卖掉一些书，赚一些知名度——还不需要做任何工作！

哈！

其实我是个很挑剔的人，认为只有经历无数次重大修改之后才能成书——本书也不例外。

我基本上牺牲了整个2009年的夏天，在佛特蒙的农场一遍遍编辑——成果大家即将看到。

我想说的是，从某种角度来看，这并不是是一本“常规”书籍——也许在2010年这种环境下它就是一本常规书。

它来自于博客——虽然已经面目全非。

这意味着它的结构并未遵循一条清晰的主线。

这是一本关于秘诀、理念、建议或者行动指南的书籍，就像它们最初出现在tompeters.com时一样。

它们来自于我在旅途中(现在主要是国际旅行)的观察、时事新闻、与成千上万参加过我的研讨会的人们的交流(他们来自世界各地，比如罗马尼亚首都布加勒斯特、上海和爱沙尼亚首都塔林)以及大大小小让我怒不可遏的事情(主要是小事)。

我曾多次提到，创新的唯一高效来源就是怒不可遏的人们！

因此，保持隐忍并珍惜这些不合时宜的人们吧！

事实上，我就一直得到了人们的宽容对待——当然有时也有例外。

<<追求卓越2>>

内容概要

我们生活在汤姆·彼得斯的时代。

汤姆·彼得斯告诉我们，仅仅生活在一个叫做“卓越”的地方是远远不够的，只有“卓越”的人才能在这个纷繁的世界里生存下去。

那么，如何成就卓越？

本书带你走进热情洋溢、激情四射的汤姆·彼得斯的世界。

书中，汤姆·彼得斯总结了自己60多年来成就卓越至关重要的163个细节，涵盖了危机、机遇、睿智、态度、行为、工作、领导、网络、人才、创新、学习等诸多方面，唯一的目的是塑造卓越！

相信本书能够帮助你更好地应对变幻莫测的世界，利用“卓越”的策略来重新经营你的人生与事业！

做好小事成大业！

<<追求卓越2>>

作者简介

汤姆·彼得斯，球最著名的管理学大师之一，在美国乃至整个西方世界被称为“界教皇” 斯坦福大学工商管理硕士和博士学位，曾任麦肯锡公司顾问。

汤姆•彼得斯的著述颇丰，而且每一本都是具有世界级影响的畅销书。

曾与罗伯特。

沃特曼合著《追求卓越》一书，轰动一时。

代表性著作有《追求卓越》、《追求卓越的激情》、《疯狂的时代呼唤疯狂的组织》等。

<<追求卓越2>>

书籍目录

前言第一章 小事 1.都是因为盥洗室 2.“小事情”也重要。
非常重要！

3.鲜花的威力 4.掌握推动的艺术第二章 卓越 5.不卓越，会如何？
此时不卓越，更待何时？

6.要卓越，不要心不在焉 7.“质量”：眼见为实 8.卓越是…… 特别章节：领袖之错第三章 危机 9.好
花不常开，好景不常在 10.好事成三 11.把中国放在心上！
把印度放在心上！

第四章 机遇 12.世事艰难？
机遇无与伦比！

13.琐事也美丽 14.“老家伙”统治一切 15.打造绿色建筑，不找任何借口拖延！

16.艰难时期的利润：节流不如开源第五章 适应力 17.黑天鹅 18.“铁饭碗”破碎，大事业初始 19.“
失败”——欢呼吧！

20.世上最糟糕的建议 特别章节：衰退46条第六章 自我 21.你是自己塑造的产品——完善它 22.首要
工作：善待自己！

23.身体健康=后劲十足 24.急需上马的精神体操 25.你就是自己所讲述的故事！
那么下工夫吧！

26.形成自己的R.POV8——尽快！

第七章 他人 27.友善是不需要花钱的！

28.文明！

文明！

文明！

29.听安的话，并且“采取相应行动” 30.从外祖父葬礼上学到的东西 31.理解他人的辛苦挣扎——体
贴的问题 32.体贴是不花钱的第八章 联系 33.只要彼此联系 34.他们喜欢艾森豪威尔，因为艾森豪威尔
喜欢他们 35.一贯贴近听众 36.实践“改善人际关系的行为”第九章 态度 37.熠熠生辉的眼睛 38.愉悦
、关爱、投入——在早晨6点钟！

39.招聘兴高采烈的员工！

40.你挥舞的是什么“旗帜”？

第十章 业绩 41.表演时间！

任何时候都是表演时间！

42.(拼命)经营自己的第一印象 43.(拼命)经营自己的谢幕印象 44.经营演讲技巧——17分钟改变世界！

第十一章 工作 45.关于成为“专业人士” 46.一切都与金融有关 47.议事日程与决定权 48.我们从事的
都是推销工作第十二章 积极主动 49.打那个“3分钟电话”！

今天！

马上！

50.露面！

51.早起的鸟儿 52.疯狂的公关努力第十三章 领导力 53.领导力就是大力帮助他人成功 54.服务他人 55.
最近你有没有“款待”优秀员工？

56.神圣的信任 57.“小白鼠心理学家”万岁！

第十四章 语言 58.你的意见如何？

59.谢谢你 60.对不起 61.讲实话——一位小说家的建议第十五章 社交 62.一行代码：从“吹毛求疵者
”到“功臣”之间的最短距离 63.调动“下层策略”获取成功 64.成功公式：内部客户>外部客户 65.如
何评估你的“内部游戏”第十六章 午餐 66.新闻播报：跨部门合作是首要问题 67.共进午餐：解决跨
部门合作的问题 特别章节：“方程式”——一位工程师的执行秘诀第十七章 好的 68.说“好的”！
——岳母给我上的一堂课 69.纯粹为了乐趣第十八章 不 70.“不要做的事情列表”比“需要完成的任
务列表”更重要 71.有些事情值得去做，但不值得追求完美第十九章 客户 72.现在是上午11点钟——

<<追求卓越2>>

今天你给客户打过电话了吗？

73.愤怒的客户是最宝贵的资源 74.我们的问题就是没有多多交流第二十章 行动 75.尽自己最大努力！——错误的回答！

76.仅仅关心是不够的！

77.“白昼”上校与“黑夜”上校 78.临渊羡鱼，不如退而结网第二十一章 变化 79.禅与顺势而变的艺术 80.样本推广法 81.大变化，一步到位 82.短时间，大变化 83.耍小聪明？

永远不要！

特别章节：11则启示第二十二章 激情 84.我倡导这种情绪！

85.一条法则带来黄金万两！

86.把握时机第二十三章 亲临现场 87.漫步式管理——一切皆在你身边！

88.现场判断力 89.把钱包放在家里 90.走下圣坛，警惕笑声！

91.大计划？

不，小步骤第二十四章 人才 92.招聘：你是否倾注了狂热的激情？

93.晋升：你是否正在打造“一年两个”的“遗产”？

94.发展：寻找、培养一流的一线主管 95.你=你的培养记录第二十五章 员工 96.一切取决于员工的素质 97.以人为本，提高人力资本预算！

98.珍视“最后百分之二爱好者” 99.活力定律及员工推论第二十六章 性别 100.人称代词的力量！

——客户就是“她” 101.女性领导者 102.先生们，男女有别 103.关于坚持的启迪第二十七章 创新

104.研发定律 105.灵活的组织机构 106.超越卓越——疯狂的标准 107.走出阴影——重读“臭鼬工作室” 108.活力无限地“四处鬼混” 109.最近你提出了何种原型？

110.大发雷霆——表扬“和平破坏者” 111.我们现在所知道的创新15条第二十八章 倾听 112.好好听着！

倾听是终极“核心能力” 113.你是一位“18秒经理人”吗？

114.了解别人的故事，表达自己的敬意 特别章节：34条名言第二十九章 求知欲 115.如果不得不问，那就不断提问 116.奖励“不知道” 117.你的闲谈够多吗？

第三十章 学习 118.爬上陡坡——终身学习必不可少 119.在学习上压倒他们！

120.在阅读上压倒他们！

121.在写作上压倒他们！

122.报名参加“人力资源MBA”第三十一章 时间 123.迟到的后果也许比想象的要严重 124.休假，是为了更好地工作 125.白日梦时间！

126.掌握设立里程碑的艺术第三十二章 设计 127.设计无处不在！

128.是否“令人垂涎三尺”？

129.标牌的设计：你能顺利到达目的地吗？

130.热爱+痛恨=设计之威力第三十三章 细节 131.两美分糖果的故事 132.如果信封大小不合适，扔掉它！

133.泥泞季节 134.在乎与不在乎第三十四章 瑕疵 135.内部敌人——僵化的代价最为沉重 136.成为放权狂人！

137.伟大的瑕疵剔除游戏 138.1%训练——45分钟之内消除“余地” 139.目标，让“常识”变得更加“平常”第三十五章 企业 140.服务于人 141.专业服务公司命令：做对得起自己薪水的工作 142.不要让

“敌人”主宰你的生活 143.热爱竞争对手 特别章节：50个最为重要的“你是否”第三十六章 重新想象 144.创建一个“大教堂” 145.为他人的梦想插上翅膀 146.启动“雷工程” 147.现实主义？

非我所为！

第三十七章 一鸣惊人 148.不惊人，誓不休 149.“唯一”打败“最佳” 150.令人惊叹到大跌眼镜 151.

检查“公文包”第三十八章 现在 152.欢迎来到代谢式管理时代 153.“昨日”之墙与“明日”之墙

154.虚度生命——不管你是否乐意，工作就是生命！

第三十九章 影响力 155.忘记长寿——转而考虑“戏剧般的疯狂” 156.将“愿望清单”换成“行动清单” 特别章节：核心商业战略第四十章 成功 157.成功的“3H模式” 158.5个词的“完整”“卓越宣

<<追求卓越2>>

言” 159.完整版纳尔逊战略：通向卓越的13条经验 160.艰难时期(以及其他时期)备忘录第四十一章 大业 161.退休糟透了 162.想想遗产！
163.不要忘记自己的初衷！

<<追求卓越2>>

章节摘录

我认为有些事情很不正常。

想一想“商业领袖”(当然也包括我自己)以及他们关注的焦点同我们现实世界的生活之间的差异吧。

领袖的关注焦点：大公司及能够为整个行业带来革命性影响的战略问题。

现实世界：2010年，我们中的大多数人仍供职于中小型企业(Small and Mediumsized Enterprises，首字母缩写为SMEs)(或者类似的政府机构)而非大公司。

而且，即使我们供职于大公司或机构，我们中的大多数人所关注的也只是自己所在的部门而已，它通常也只有17个人。

(提到SMEs，德国领先中国成为全球第一大出口国主要归功于分工精细的高端中小型企业，即Mittelstand。

)领袖的关注焦点：上市公司。

现实世界：我们中的大多数人都供职于非上市公司(或者政府机构)。

领袖的关注焦点：时髦产业。

现实世界：我们中的大多数人从事的并非时髦产业，我们做的工作都很普通，比如说我的朋友拉里·简斯基(Larry Janesky)。

他赚的每一分钱(实际上有6000万美元)都是来自于他所发明的“干爽地下室”，这种地下室不会出现有毒的真菌，可以用作客房、娱乐室，还可以储藏任何物品。

领袖的关注焦点：“卓越”只属于通用电气、通用电气、通用电气(或者还属于Google和苹果公司)。

现实世界：“卓越”也属于隔壁那个态度友好、资讯丰富、反应迅速的药店，它会积极处理与医生、保险公司的问題，并且总能取得胜利。

领袖的关注焦点：老板架子小、没有摩擦、宽松的水平组织结构。

现实世界：我们中的大多数人都拥有“老板”，都有分配的任务。

领袖的关注焦点：成功意味着“建立自己的个人品牌”，同事们的看法比老板的评价更重要。

现实世界：虽然“铁饭碗”也许已经不复存在，但是为了获得成功，大多数人还是需要迎合老板。

我们中的大多数人都尽量使用平实的语言，比如说“我们赚钱的手段”(而非“商业模式”)、“聘请人才，善待他们，给他们发光发热的机会。

感谢他们的努力”(而非“战略性人才管理”)、“努力使客户满意，留住他们”(而非“客户关系管理”)、“尽快与他人分享你所学到的东西。

不要独占”(而非“执行知识管理范例”)。

领袖的关注焦点：出现在各大杂志封面上的CEO。

他们都配备最新手机、拥有温顺的妻子、经历过3次婚姻，孩子们读预科学校的学费最低为7万美元。

现实世界：我们中的大多数人都供职于政府机构、学校、消防队或者非上市公司。

我们的老板可能就是“邻家百万富翁”，他有两套西装，开的是2006年上市的雷克萨斯，上班的路上会在咖啡馆逗留，孩子们就读于公立学校或者当地的私立学校。

领袖的关注焦点：新型商业“虚拟组织”模式，工作场所的等级制度已经成为“明日黄花”。

现实世界：我们中的大多数人所处的工作环境都存在相当清晰的“等级”，就像标准组织表上所描述的一样。

(不过等级的层数可能比前几年有所减少。

)领袖的关注焦点：极富创造性的“右脑怪人”。

现实世界：我们中的大多数人都不是“新世纪的创新者”，但是偶尔也会很聪明，而且非常善于见机行事，以“完成必须完成的工作”。

领袖的关注焦点：数以百万计的人将会受到外部采购的直接威胁。

现实世界：我们中的大多数人并不会因为在中国、印度或者罗马尼亚进行的外部采购而受到严重威胁。

领袖的关注焦点：在同一赛场竞技的全球企业。

现实世界：我们中的许多人受全球化的影响非常有限，而且我们的公司向国外销售产品，特别是提供

<<追求卓越2>>

服务，非常之少。

(在人口约为84000的中型城市中，一家由18名员工组成的会计师事务所的业务范围也许仅仅主要集中在方圆3英里之内。

)领袖的关注焦点：“互联网无处不在，无所不能”的世界。

现实世界：我们中的大多数人的生活并没有因为互联网而颠覆，尽管互联网的确影响巨大。

(我们可以在汽车中用黑莓手机给水管工发电子邮件进行交流，但他还是会迟到5个小时！

)领袖的关注焦点：随时随地与他人进行即时交流的能力。

现实世界：我们使用电子邮件，但是仍然进行MBWA(Managing By Walking Around，即漫步式管理)——如果我们足够明智的话。

领袖的关注焦点：整体Is(Information Systems，即信息系统)/IT战略，一切皆通过电子设备连接在一起。

现实世界：虽然整合信息系统很重要，但是我们中的大多数人都正在努力保证信息技术辅助下的体系(一线分支系统)能够便捷地为一线员工以及他们的内外部客户运送货物。

领袖的关注焦点：寻找蓝海战略的计划者与CEO。

现实世界：我们中的大多数人都没有花费多少时间制订伟大的计划。

从来没有，将来也不会。

领袖的关注焦点：创造性思维。

现实世界：我们中的大多数人都专注于实际行动，所需要的大部分都是日常的普通思维。

(事实上，我们的日常思维需要应对的问题已经够多了，比如说因为排着长队而愤怒不已的客户等。

)领袖的关注焦点：复杂的系统性变化。

现实世界：我们中的大多数人都赞成并且进行成本低廉、快捷的试验，喜欢去摘“低垂的果实”，在摸索中一步步走向巨变。

领袖的关注焦点：诸如商业模式、战略性人才管理、客户关系管理和执行知识管理范例之类气势恢宏的词语。

现实世界：我们中的大多数人都尽量使用平实的语言，比如说“我们赚钱的手段”(而非“商业模式”)、“聘请人才，善待他们，给他们发光发热的机会，感谢他们的努力”(而非“战略性人才管理”)、“努力使客户满意、留住他们”(而非“客户关系管理”)、“尽快与他人分享你所学到的东西，不要独占”(而非“执行知识管理范例”)。

领袖的关注焦点：最优秀的数据库和最炫目的运算法则在以客户为中心的企业中起到关键作用。

现实世界：我们中大多数人的时间都用在与客户、供应商、社区领导等建立良好关系的“琐碎”事情上。

领袖的关注焦点：对于“协力优势”的不懈追求。

现实世界：我们中的大多数人为了在市场中取得成功而专注于某一领域，专注，专注，再专注。

(比如说那些惊人的德国中小型企业，再比如经营干爽地下室的拉里·简斯基。

)领袖的关注焦点：市场营销诡计！

现实世界：销售！

销售！

销售！

领袖的关注焦点：客户至上！

现实世界：一线员工和一线管理者至上！

(以调动其积极性，从而最大限度吸引、留住客户。

)领袖的关注焦点：在市场总额一定的情况下，以扩大影响范围、市场渗透度和市场份额为目标进行并购，从而减少风险，分散投资，扼杀竞争。

现实世界：发挥优势，努力强化优势，通过“有机”发展，提高产品质量，完善执行情况，实现生存与繁荣。

领袖的关注焦点：全新游戏的全新规则和改变一切的新型管理工具。

现实世界：我们中的大多数人都正在学习新知识，但是这些并没有脱离努力工作以完成任务、改善人际

<<追求卓越2>>

关系、聘请优秀人才并且尊敬和赏识他们、为他们提供成功的机会以留住他们的范畴。

领袖的关注焦点：对于才俊们的迷恋。

现实世界：我们中的大多数人都明白，对于黄金基本法则的不懈坚持，坚持，坚持，再坚持会引导我们走向胜利。

领袖的关注焦点：打造万世基业。

现实世界：我们中的大多数人都跌跌撞撞地努力使企业维持到本周末，同时保证客户满意，如果能做到这些话就要谢天谢地了。

领袖的关注焦点：“不断变化的人口组成”、“新的X一代”等。

(我所希望的)现实世界：(85%的情况下)我们的主要客户为女性，创建合适的团队(让大量女性走上高级管理职位)努力争取这一市场。

为了赢利，我们还必须要更多关注“婴儿潮世代”和“怪老头”，不要把太多注意力放在年轻的所谓潮流缔造者身上，因为他们中的大多数人都身无分文。

这一切都表明，如果你真的真的真的非常擅长诸如善待他人、用心倾听、不容忍任何失败、即使出现微不足道的失误也会疯狂道歉之类的小事情，那么不管是在繁荣还是艰难时期，好事情都会自然找上门来。

这也是本书的基本思想。

这并非在诋毁那些狂热、新奇的思想，而是更加全面地看待它们。

<<追求卓越2>>

媒体关注与评论

彼得斯著作的力量就在于他强迫你关注最基本的东西——他会使管理听起来令人难以置信的容易。你所要做的就是将这本书放在枕头下，然后一切都会完成。

——彼得·德鲁克 现代管理学之父这是一本永远都有用的书。

——杰克·韦尔奇 原通用电气董事长兼CEO小企业要有大的胸怀，大企业要讲细节的东西。

——马云 阿里巴巴集团主席兼首席执行官把每一件简单的事做好就是不简单；把每一件平凡的事做好就是不平凡。

——张瑞敏 海尔集团董事局主席兼首席执行官

<<追求卓越2>>

编辑推荐

《追求卓越(2):成就卓越的163个细节》由中华工商联合出版社出版。

<<追求卓越2>>

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>