

世界500强管理绝活

The Management
Skills
of Fortune 500

The Management
Skills
of Fortune 500

——2013·典藏版——

小故事 大管理

本书在白金版的基础上进行了修订，精选了二百余例世界500强著名大企业的经典小故事，读起来简单、生动、活泼，富有情趣，又发人深思。这些通俗易懂的小故事，避开了以往管理类书籍的那种科教书式的讲解，每个故事里都包含着专家们用几页甚至几十页才能讲清的大道理，有效融汇了世界级管理大师们的思想精华，浓缩了世界著名企业家的管理智慧，精确诠释了管理的精髓，具有很好借鉴和指导意义。能让读者在轻松愉快的阅读中学习到世界管理大师的管理智慧，受到启迪，领悟到管理的奥秘和真谛。



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

The Management
Skills
of Fortune 500

世界500强管理绝活

小故事 大管理

——2013·典藏版——

本书在白金版的基础上进行了修订，精选了二百余例世界500强著名大企业的经典小故事，读起来简单、生动、活泼，富有情趣，又发人深思。这些通俗易懂的小故事，避开了以往管理类书籍的那种科教书式的讲解，每个故事里都包含着专家们用几页甚至几十页才能讲清的大道理，有效融汇了世界级管理大师们的思想精华，浓缩了世界著名企业家的管理智慧，精确诠释了管理的精髓，具有很好的借鉴和指导意义。能让读者在轻松愉快的阅读中学习世界管理大师的管理智慧，受到启迪，领悟到管理的奥秘和真谛。



The Management
Skills
of Fortune 500

The Management
Skills
of Fortune 500

The Management
Skills
of Fortune 500

The Management
Skills
of Fortune 500

The Management
Skills
of Fortune 500

The Management
Skills
of Fortune 500

The Management
Skills
of Fortune 500



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

小故事 大管理：世界 500 强管理绝活/高志坚主编

北京：中国经济出版社，2013.3

ISBN 978-7-5136-2180-9

I. ①小… II. ①高… III. ①企业管理—经验—世界 IV. ①F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 290955 号

责任编辑 杨邵川

责任审计 霍宏涛

责任印制 常毅

封面设计 任燕飞设计室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市昌平区新兴胶印厂

经销者 各地新华书店

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 29.5

字数 410 千字

版次 2013 年 3 月第 1 版

印次 2013 年 3 月第 1 次

书号 ISBN 978-7-5136-2180-9/C·344

定价 46.80 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题,请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话:010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话:12390)

服务热线:010-68344225 88386794

编委会

主 编:高志坚

策 划:吕国荣

编撰人员:邹华英 王零雁 彭素英 彭易生 周 静 吕三元
吕梅英 吕 品 陈 霖 曾建华 刘兴国 郑一彪
刘英梅 董全才 谷桂琴 张书兰 赵安保 唐海燕
邓珠江 肖志勇 王小兵 蒋伟民 王春红 唐锦群
高 君 张旭东 张鸿波 汤 玲 王甲有 蒋如彬
熊竹根 黄诗国 廖彩扬 黄 龙 郝敬刚 洪辉伍
古剑声

目 录

第一章 卓越用人管人留人育人之道/(1)

1. 造人先于造物/(3)
2. 用人之长,避人之短/(4)
3. 为人才买公司/(6)
4. 苹果公司不惜重金选用国际化人才/(8)
5. 乔布斯网罗各类优秀人才/(9)
6. 开除“笨蛋”/(11)
7. 收购人才/(12)
8. 这批订单,我们不接/(15)
9. 索尼公司的内部跳槽/(16)
10. 寻找“贵人”/(18)
11. 求才贵在真诚/(19)
12. 提拔你不喜欢但有才华的人/(21)
13. 大胆地使用人才/(22)
14. 喜欢自己找事做的员工/(24)
15. 大力重用年轻人/(26)
16. 知人善“免”/(27)
17. 重视发怒的员工/(28)
18. 如果你到我们这里来,那领导就是你/(30)
19. 把要事交给能人做/(31)
20. 用人务必保持公正/(32)
21. 麦当劳不用“靓女”/(34)
22. 我们永远在雇人/(35)
23. 员工是企业内部的企业家/(36)
24. 让员工调换工作/(37)
25. 办公司就是办人/(39)

- 26. 人才培养最为重要/(41)
- 27. 把员工培养成管理者/(43)

第二章 倡导以人为本的情感管理/(45)

- 28. 是员工养活了公司/(47)
- 29. 总裁眼里没有小事情/(48)
- 30. 大火烧出来的奇迹/(49)
- 31. 抓住员工太太的心/(51)
- 32. 替员工端上一杯茶/(52)
- 33. 信任创造的奇迹/(54)
- 34. 真诚关怀/(55)
- 35. 热爱自己的员工/(57)
- 36. 实行“零裁员”，企业过难关/(58)
- 37. 在危难之时与员工同心协力度难关/(60)
- 38. 不做一个雇了人又解雇人的公司/(62)
- 39. 乐于与员工分享快乐/(64)
- 40. 给员工全家找工作/(65)
- 41. 你真的找到最好的医生了/(66)
- 42. 在飞机机身上刻上员工的名字/(68)
- 43. 发浑生锈的洗澡水/(69)
- 44. 着眼于“情感管理”/(70)
- 45. 举办活动可以凝聚人心/(71)

第三章 管理就是沟通、沟通、再沟通/(75)

- 46. 各位认识我吗/(77)
- 47. 微笑的力量/(78)
- 48. 用“内部电子邮件系统”把员工的心拴在一起/(79)
- 49. “敞开式大房间”办公室/(81)
- 50. 说说看，你对这件事是怎么考虑的/(82)
- 51. 换个角度沟通/(83)

- 52. 沟通是管理的浓缩/(84)
- 53. 把员工当作公司的合伙人/(88)
- 54. 倾听员工的意见/(89)
- 55. 毫无保留地发表意见/(90)
- 56. 重视来自企业员工的意见和建议/(92)
- 57. 倾听员工的心声/(94)
- 58. 倾听的真谛/(95)
- 59. 让沟通的有效性最大化/(96)
- 60. 王永庆的“午餐汇报”/(98)
- 61. 推行高效而不拘于形式的会议沟通/(99)
- 62. “站着开会”与“走动管理”/(102)
- 63. 让员工把不满说出来/(103)
- 64. 讲故事沟通/(105)
- 65. 提倡无障碍交流/(106)
- 66. 一页备忘录/(107)
- 67. IBM 内部的沟通渠道/(108)
- 68. 实施“爱发谈话”制度/(110)
- 69. 英特尔的会议哲学/(111)
- 70. 打破所有界限,倡导无阻碍沟通/(112)
- 71. 既坚持制度,又不伤感情/(115)
- 72. 善于运用幽默的力量/(117)
- 73. 西南航空公司的幽默管理/(118)
- 74. 倡导“坦诚交流”政策/(120)

第四章 灵活有效地激励员工/(121)

- 75. 给人才戴上“金手铐”/(123)
- 76. 员工就是公司的主人/(124)
- 77. 肯德基的神秘顾客/(125)
- 78. 宝贵的“金香蕉”奖/(126)
- 79. 特别电话/(127)

80. 唤起员工的自豪感/(128)
81. 永远不要将此门锁上/(130)
82. 把所有经理的椅子靠背锯掉/(131)
83. 奖励失败/(133)
84. 失败是成功之需/(134)
85. 那是你自己的油田/(135)
86. 大错误与小错误/(137)
87. 鲜花疗法/(138)
88. 为公司寻找“鲶鱼”/(140)
89. 一定要留住韦尔奇/(142)
90. 把你的点子大声说出来/(143)
91. 给员工意外的惊喜/(144)
92. 本田公司利用目标激励员工全力以赴/(145)
93. 用目标激励员工/(146)
94. 鼓励员工在工作中寻找乐趣/(148)
95. 迫使员工向高难度工作挑战/(150)
96. 为员工提供具有挑战性的工作/(151)
97. 日薪 5 美元/(152)
98. 稻盛和夫的聚餐会/(155)
99. 发放企业内诺贝尔奖/(156)
100. 利用斥责激励员工/(157)

第五章 掌握授权之道/(159)

101. 善于授权/(161)
102. 超脱的董事长/(162)
103. 信任是最好的投资/(163)
104. 你们放手去做好了/(165)
105. 戴尔交钥匙/(166)
106. 分清轻重缓急/(167)
107. 根据每个人的长处充分授权/(168)

108. 西门子重视授权的领导艺术/(170)
109. 让员工集责权于一身独立处理问题/(171)
110. 授权,并不意味着放手不管/(173)
111. 让员工分享权力与责任/(175)

第六章 赢在领导力/(179)

112. 总裁降薪/(181)
113. 尽量保全下属的面子/(182)
114. 安慰比惩罚更重要/(183)
115. 坦率地承认自己的错误/(185)
116. 洛克菲勒的沉默/(186)
117. 保证每一名员工得到公平的待遇/(187)
118. 以身作则最具说服力/(189)
119. 多数服从少数/(191)
120. 以最高的道德标准来约束员工/(192)
121. 用纪律要求领导者/(194)

第七章 打好营销这张牌/(197)

122. 乔布斯的宗教式营销/(199)
123. 本田妙案/(201)
124. 将产品送给客户无偿使用/(202)
125. 反复市场调查/(204)
126. 花 56 美元买“五六”型福特/(205)
127. 索尼公司驯服“带头牛”/(206)
128. 一张旧钞票的神奇作用/(209)
129. 宝洁公司的尿布/(210)
130. 董事长上门推销/(212)
131. 信誉是一种宝贵的财富/(213)
132. “诚”是最好的担保/(214)
133. 让每个士兵都喝上可口可乐/(215)

134. 英雄救美与“拍立得”相机/(217)
135. 制造悬念,调动人们的好奇心/(219)
136. 打草惊蛇,想方设法吸引公众的注意/(221)
137. 抛砖引玉,诱发顾客的购买欲望/(222)
138. 英特尔公司的“寻人启事”/(224)
139. 高空赠表名远扬/(226)
140. 总统用的是派克笔/(227)
141. 信誉的背后藏着巨大利润/(228)
142. 舍小求大/(229)
143. 告诉顾客真相/(230)
144. 386 的水准,286 的价钱/(232)
145. 免费送给家庭主妇使用/(234)
146. 质量是维护顾客忠诚度的最好保证/(235)
147. 假日樱花酒店/(237)
148. 乘虚而入/(238)
149. “消灭电话”/(239)
150. 充分运用广告效应/(241)
151. 化劣为优的广告词:“想想小的好处”/(242)
152. 不脱衣服的“脱衣舞”/(244)
153. 销售感情胜于销售产品/(245)
154. 以小代价换取大利益/(247)

第八章 全心全意做好客户服务/(251)

155. 十步服务原则/(253)
156. 日落原则/(254)
157. 主动倾听顾客的抱怨/(255)
158. 卖东西就像嫁女儿/(257)
159. 0 日元的麦当劳微笑/(259)
160. 像满足情人的要求那样满足顾客/(260)
161. 以高效、优质的服务赢得顾客/(261)

- 162. 顾客是首席执行官/(264)
- 163. 今天你对顾客微笑了吗/(265)
- 164. 平等地对待每一个顾客/(267)
- 165. 只有一名乘客的航班/(269)
- 166. IBM 就是服务/(270)
- 167. 根本没有那么多问题/(272)
- 168. 把眼光放在客户的个性需求上/(273)
- 169. 对不起,让您等急了/(274)
- 170. 财富就在你身边 25 米之内/(276)
- 171. 要有揭穿自己错误的勇气/(277)
- 172. 服务促销/(278)

第九章 节能降耗,举起降低成本的砍刀/(281)

- 173. 挤火车上班的亿万富翁/(283)
- 174. 省钱就是挣钱/(284)
- 175. 成本分析,要追根究底/(286)
- 176. 为顾客节省每一分钱/(288)
- 177. “抠门”抠出大效益/(290)
- 178. 把节约成本进行到底/(292)
- 179. 节约的都是利润/(294)
- 180. 不漏掉每一美元的收入/(296)
- 181. “一分钟”节约管理/(298)
- 182. 扣 5 美元薪水的妙处/(300)
- 183. 从节约每分钱做起/(301)
- 184. 那可不是个好主意/(302)
- 185. 飞机只有在天上飞才能赚钱/(303)
- 186. 价值 100 万两黄金的经营秘诀/(305)
- 187. “出差报告”反馈管理法/(307)

第十章 精益求精的精细化管理/(309)

- 188. 注重细节,就能发现问题的真正所在/(311)
- 189. 让客户实时掌握包裹的位置/(312)
- 190. 质量体现在细节上/(313)
- 191. 以标准化为基础,在精细化上做文章/(315)
- 192. 提高员工素质是搞好精细化管理的前提和基础/(317)
- 193. 对细节问题要有追根究底的精神/(319)
- 194. 利用细节分析方法,找出问题的根源/(321)
- 195. 有准确的市场情报,才有精确的市场定位/(324)
- 196. 以信息技术占领精细管理的制高点/(326)
- 197. 至高无上的保密文化/(328)

第十一章 善于把握机遇,勇于冒险/(331)

- 198. 巧借“鸽患”/(333)
- 199. 福特老爷车大游行/(334)
- 200. 靠做绳带致富/(335)
- 201. 当机立断的李嘉诚/(336)
- 202. 洛克菲勒力排众议买油田/(337)
- 203. 从冷门中寻找机遇/(338)
- 204. 在别人放弃的地方淘金/(341)
- 205. 不入虎穴,焉得虎子/(343)

第十二章 合理实施战略决策/(345)

- 206. 听不到不同意见就不决策/(347)
- 207. 进行创造性模仿战略/(348)
- 208. 放长线钓大鱼/(350)
- 209. 一次良好的撤退/(352)
- 210. 学会了放弃,也就学会了争取/(353)
- 211. 有了好想法,就立即去做/(355)
- 212. 适可而止,见好就收/(356)
- 213. 做对组织发展有利的有效决策/(358)

- 214. 大铁锤砸几千台收音机/(359)
- 215. 选址调查,让数字说话/(360)
- 216. 当机立断/(362)
- 217. 不跟风而动/(363)
- 218. 对付变化的办法只有一个:以变制变/(364)
- 219. 学会在危机中获取更大的利润/(366)
- 220. 依靠多元化经营,分散企业所面临的危险/(367)
- 221. 决策要适应外部环境,成功才有保证/(370)
- 222. 趁叛乱发横财/(372)
- 223. 主动放弃是为了更好的得到/(373)
- 224. 正确的决策来自众人的智慧/(374)
- 225. “全员决策”管理制度/(375)
- 226. 设立企业远景目标是企业战略的一部分/(377)
- 227. 敢于坚持自己的决策/(379)
- 228. 决策要慎重,一旦决策就要坚持到底/(382)

第十三章 企业生存的最大武器就是竞争/(385)

- 229. 声东击西:转移竞争对手的视线/(387)
- 230. 福特公司以逸待劳胜对手/(388)
- 231. 拖延对手的时间,为自己争取发展的机会/(389)
- 232. 最佳的防御就是勇于攻击自己/(391)
- 233. 是竞争对手,也是合作伙伴/(392)
- 234. 有效阻止潜在竞争对手的进入/(394)
- 235. 了解和分析竞争对手,才能战胜对手/(395)
- 236. 永远领先半步/(397)
- 237. 以攻为守夺回市场/(398)
- 238. “数一数二”才有竞争力/(399)

第十四章 成功打开创新之门/(403)

- 239. 让每个人都买得起的车/(405)

- 240. 改变电风扇的颜色/(406)
- 241. 激励员工的创新欲望/(407)
- 242. 唱片的尺寸/(409)
- 243. 熨斗若没有电线就方便多了/(410)
- 244. 从议论中发现创新的信息/(412)
- 245. 不拘常理地挑战极限/(413)
- 246. 不创新,就灭亡/(414)
- 247. 用心倾听,激发创意/(415)
- 248. “拍立得”相机的诞生/(417)
- 249. 汽车生产流水线的出现/(418)
- 250. 进行创造性模仿战略/(419)
- 251. 容忍失败/(421)
- 252. 设立“创新日”/(423)
- 253. 自己淘汰自己/(424)
- 254. “动脑筋创新”制度/(425)

第十五章 实施危机管理,将危机转化为商机/(427)

- 255. 波音公司播放倒闭的假想新闻/(429)
- 256. 日立公司人为地制造危机/(430)
- 257. 三星公司预警性反危机理念/(432)
- 258. 预防是解决危机的最好方法/(433)
- 259. 百事可乐公司的“末日管理”法/(435)
- 260. 将危机感转化为激情/(436)
- 261. 危机蕴藏着无限商机/(437)
- 262. 可口可乐里面的别针/(439)
- 263. 在危机的时候反而减时加薪/(440)
- 264. 用逆向思维解决棘手问题/(442)
- 265. “碧绿液”公司的绝地反弹/(443)
- 266. 波音公司化祸为福/(445)
- 267. 35 次紧急电话/(446)

268. 登报追寻“受害者”/(448)
269. 将危机消灭于萌芽之中/(451)
270. 一万个电灯泡的赌注/(453)

第一章 卓越用人管人留人育人之道

Subtle Story,
Big Management

小故事 大管理

...

