

掌握先进管理工具 成就企业辉煌未来

成功企业管理工具库

CHENGGONGQIYEGUANLIGONGJUKU

主编 邢群麟 郭亚维



華齡出版社

成功企业管理工具库

邢群麟 郭亚维 主编

第二卷

华龄出版社

目 录

第一篇 企业卓越之道——管理艺术

第一章 成功管理者肩负的六大使命	(3)
创造价值——你给顾客提供了什么	(4)
制定策略——你要带着企业往哪里去	(8)
执行战略——寻找通往罗马的最近路线	(10)
守护企业——保证实力和安全	(14)
激励团体——给企业不断注入活力	(18)
敢于创新——开创生存空间	(20)
第二章 成功管理的权力管理艺术	(27)
权力管理的必要性	(27)
权力管理的基本特点	(27)
权力管理的原则	(28)
权力管理的方法	(30)
第三章 成功管理的集权与分权原则	(32)
层级幅度合理原则	(32)
根据实际变通原则	(33)
坚持知人善任原则	(33)

掌握适度超脱原则	(34)
权力责任平衡原则	(34)
第四章 成功管理的授权与控权艺术	(36)
合理授权的重要性	(36)
授权的类型和程序	(39)
授权的 11 条原则	(42)
授权的 4 种方法	(45)
授权的 10 大要点	(47)
防止“越权”的艺术	(49)
纠正下属“越权”的艺术	(51)
第五章 成功激励的原则与方法	(53)
实事求是原则	(53)
适时适度原则	(54)
公平合理原则	(56)
有益性原则	(57)
物质和精神相结合	(58)
榜样激励法	(59)
情感激励法	(60)
兴趣激励法	(60)
目标激励法	(61)
反向激励法	(62)
评比竞赛激励法	(63)
数据激励法	(63)
集体荣誉激励法	(64)
对话激励法	(65)
第六章 成功管理的决策艺术	(66)
顺应形式的决策艺术	(66)
变劣势为优势的决策艺术	(68)
置之死地而后生的决策艺术	(71)
以人为本的决策艺术	(73)
统筹全局的决策艺术	(75)

灵活机变的决策艺术	(77)
法因势变的决策艺术	(80)
大智大慧的决策艺术	(82)
抓住决策特点，掌握决策规律	(84)
遵循决策程序，提高决策成功率	(86)
以有效的决策方式代替“拍脑袋”决策	(89)
第七章 成功管理的执行艺术	(91)
灵活性与变通性	(91)
顺其自然	(92)
“工欲善其事，必先利其器”	(94)
强制在先，令出必行	(97)
制度面前人人平等	(99)
全盘考虑，处处留心	(101)
“以其人之道，还治其人之身”	(104)
恩威并济，推诚致用	(105)
第八章 成功管理的协调智慧	(109)
协调人际关系的准则	(109)
怎样使沟通更有效	(112)
“黄金法则”与“白金法则”	(114)
协调人际关系中的最佳结合点	(115)
理智协调的准则	(117)
有效协调人际关系的方法	(126)
处理下属与同僚矛盾的艺术	(131)
第九章 成功管理的沟通艺术	(136)
沟通是建立良好互动关系的艺术	(136)
积极的建设性沟通艺术	(144)
因人而异的个性沟通	(152)
有效沟通的原则	(162)
无障碍沟通——倾听的艺术	(164)
化解对抗性沟通与攻击性沟通	(171)

第二篇 企业制胜之魂——战略管理

第一章 企业战略环境分析 (183)

 把握战略方向，洞悉宏观环境..... (183)

 明确中观环境，拓用武之地..... (190)

 微观环境决定市场竞争力..... (200)

第二章 企业战略资源分析 (203)

 企业素质——综合实力..... (203)

 企业活力——生命力..... (207)

 企业经济效益——生产力..... (208)

 企业市场销售——市场竞争力..... (212)

 企业资源——生长力..... (225)

 企业组织效能——组织力..... (230)

第三章 企业市场成长战略 (235)

 市场渗透战略..... (236)

 市场发展战略..... (238)

 市场转移战略..... (239)

 市场创造战略..... (240)

 产品发展战略..... (240)

 产品革新战略..... (241)

 产品发明战略..... (241)

 全方位创新战略..... (242)

 多角化经营战略..... (243)

第四章 成功基本竞争战略 (250)

 企业三大基本竞争策略..... (250)

 价值链优势战略..... (252)

 产业结构优势战略..... (257)

第五章 企业行业竞争战略	(264)
分散行业竞争战略	(264)
规模行业竞争战略	(266)
新兴行业竞争战略	(269)
成熟行业竞争战略	(275)
衰退行业竞争战略	(280)
第六章 企业联合战略	(285)
企业一体化战略	(285)
企业集团化战略	(289)
企业兼并与合并战略	(301)
第七章 企业稳定与紧缩战略	(313)
稳定战略	(313)
转变紧缩战略	(315)
撤退紧缩战略	(316)
清理紧缩战略	(317)
第八章 企业战略评估方法	(319)
经验曲线评估法	(319)
市场占有率理论评估法	(320)
行业引力——企业实力评估法	(323)
生命周期分析法	(326)
战略评估采用的标准	(327)
战略评估技术的应用	(331)
第九章 企业经营战略实施	(336)
战略选择——SWOT 分析方法	(336)
战略选择矩阵	(338)
战略聚类模型	(339)
影响选择的因素	(340)
战略实施原则	(343)
战略实施模式	(345)

第三篇 企业效率之源——组织管理

第一章 组织设计的程序和内容	(351)
企业组织设计要遵循的逻辑程序	(351)
根据实际确定管理幅度和管理层次	(352)
部门设计的原理和注意事项	(354)
职等设计应考虑的几个方面	(361)
权力分配要形成合理的结构	(365)
第二章 成功的组织结构设计九大原则	(372)
分工明晰，降低成本	(372)
统一指挥，避免走极端	(373)
权责对称，功过自负	(374)
人尽其才，职尽其有	(376)
层幅适当，减少冗余	(376)
职能部门化，提高效率	(378)
集权与分权，结合有度	(381)
稳定高效，结合有法	(381)
弹性与权变，适时变动	(382)
第三章 影响组织结构设计的因素	(383)
不同企业规模下的组织结构	(383)
根据企业战略，调整组织结构	(384)
升级企业技术，优化组织结构	(385)
注意环境对组织结构的影响	(386)
文化有差异，组织要不同	(387)
第四章 组织结构的七大模式	(389)
个人集权结构——私企、小企的最佳模式	(389)
集权的职能部结构——统一指挥，经营分散	(390)

分权的事业部结构——政策集中，经营分散·····	(391)
矩阵式结构——高科技机构的复杂模式·····	(393)
多维立体组织结构——流行新宠·····	(394)
网络组织结构——新经济时代的自主式结构·····	(395)
任务小组结构和委员结构——使组织结构更完善·····	(398)
第五章 企业国际化组织设计模式 ·····	(403)
母子结构·····	(403)
国际部结构·····	(404)
全球性职能结构·····	(406)
全球性区域结构·····	(408)
全球性产品结构·····	(410)
全球性产品地区混合结构·····	(411)
全球性矩阵组织结构·····	(412)
全球性三维组织结构·····	(414)
全球性系统组织结构·····	(415)
第六章 成功企业的组织变革 ·····	(417)
把握组织变革的时机·····	(417)
组织变革的内容·····	(422)
选择合适的变革形式·····	(423)
变革过程中的阻力及对策·····	(424)
成功变革须具备的条件·····	(432)
企业组织变革应遵循的原则·····	(434)
组织再造为企业注入活力·····	(435)
第七章 企业组织结构的发展趋势 ·····	(442)
如何促进企业组织扁平化·····	(442)
如何促进企业组织分立化·····	(444)
如何促进企业组织网络化·····	(445)
如何促进企业组织无界限化·····	(453)
如何促进企业组织柔性化·····	(456)
如何促进企业组织虚拟化·····	(457)

第八章 企业的新型组织形式	(464)
传统组织管理缺陷	(464)
虚拟企业组织模式与应用	(465)
网络制组织模式与应用	(469)
战略联盟组织模式与应用	(471)
学习型组织模式与应用	(478)
无界限组织模式与应用	(482)
团队结构组织模式与应用	(483)
女性化组织模式与应用	(486)
不规则型组织模式与应用	(489)
双模式组织与应用	(491)

第四篇 企业竞争之基——人力资源管理

第一章 成功企业与人力资源管理	(495)
人力资源管理中四种不同的人性观	(495)
人力资源决定企业命运	(498)
成功与失败的启示	(500)
人力资源管理的法则	(503)
第二章 企业岗位设置应遵循的原则	(515)
系统优化使 $1+1>2$	(515)
能级对应，人尽其能	(519)
系统动力，奖励增加动力	(524)
反馈及时，控制增效	(529)
弹性冗余，人性化配置的双赢效应	(534)
互补增值，整体完善	(536)
利益相容，以利激励	(538)
以竞争增活力，要扬长避短	(539)

第三章 企业新人甄选方法	(542)
招聘者应知的招聘知识	(542)
情境模拟——测试应试者综合能力	(546)
心理测试——洞悉内在素质	(548)
第四章 猎取高级人才的途径	(551)
认识猎头公司	(551)
猎头能帮你完成的工作项目	(553)
猎头公司猎取人才的六个步骤	(556)
怎样选择猎头公司	(560)
国内著名猎头公司网址及简介	(563)
第五章 企业网络招聘须知	(566)
网络招聘，已普及的招聘时尚	(566)
如何选择招聘网站	(568)
国内著名招聘网站介绍	(570)
网络招聘的三种方式	(574)
第六章 成功用人方略	(577)
对号入座——发挥员工的个体效应	(577)
1+1>2——发挥员工的群体效应	(579)
鲶鱼效应——建立有效的用人机制	(582)
能上能下的职务升降	(585)
沟通和协调，提高效率	(587)
留住人才的法宝	(590)
用人应注意的几个问题	(592)
第七章 员工问题解决方案	(595)
缓解员工压力的对策	(595)
解决员工心理问题的方案	(600)
正确惩罚的原则	(606)
与员工交往的方法	(610)

对员工抱怨的处理方法	(614)
企业中的冲突管理	(617)
第八章 员工培训成功方略	(623)
培训是员工与企业的双赢策略	(623)
企业培训的“木桶原理”	(626)
培训应兼顾到的五个层面	(629)
培训成功的九大原则	(630)
避免进入培训误区造成企业内耗	(635)
培训需求分析的八种模式	(638)
培训需求分析的七种方法	(644)
培训方法的选择	(652)
选择好的培训师	(674)
新进人员的培训方法	(679)
管理人员的培训方法	(687)
销售人员的培训方法	(713)
第九章 绩效考核成功方法	(730)
绩效考核应避免的 11 种误差	(730)
如何选取考评内容	(743)
四种职能人员的绩效考核	(744)
第十章 薪酬激励成功策略	(750)
薪酬设计原则	(750)
薪酬设计应考虑四个要素	(756)
要有总薪酬战略	(757)
揭开薪酬管理的面纱	(761)
薪酬管理的原则与策略	(766)
薪酬支付也要讲技巧	(775)
销售人员的薪酬设计	(783)
高级管理人员的薪酬设计	(786)
一般管理人员的薪酬设计	(789)

科技及专业人员的薪酬设计	(790)
兼职者和临时工的薪酬设计	(793)
薪酬管理中的常见问题	(795)
第十一章 劳动争议处理方法	(807)
劳动争议,无法回避的问题	(807)
诊断原因,切断源头	(809)
劳动争议处理程序	(810)
第十二章 国际企业人力资源管理	(813)
美国的人力资源管理	(813)
日本的人力资源管理	(816)
德国的人力资源管理	(821)
新加坡的人力资源管理	(824)
韩国的人力资源管理	(827)

第五篇 企业决胜之端——市场营销

第一章 成功企业应树立的营销理念	(833)
营销理念的核心	(833)
传统营销观的弊端	(836)
第二章 成功营销的购买行为分析	(845)
消费者购买行为背后的动机	(845)
产业市场,制胜先知彼	(856)
中间商,开拓市场砥柱	(864)
政府市场,抓住购买大户	(867)
第三章 成功企业市场调研及预测	(873)
对市场需求预测的方法	(873)
市场细分,发现商机	(882)

目标市场，找准自己的位置·····	(892)
产品定位，强化自身优势·····	(900)
市场定位，空缺就是机会·····	(907)
第四章 成功企业产品竞争策略	(920)
产品组合设计策略·····	(920)
制定适当的产品线策略·····	(924)
产品各生命周期营销战略·····	(927)
第五章 成功企业新产品开发策略	(936)
新产品创营销新局面·····	(936)
产品创新的源头·····	(940)
新产品开发趋势·····	(942)
新产品开发策略·····	(944)
新产品定位策略·····	(952)
新产品定位方法·····	(957)
第六章 成功企业品牌营销策略	(961)
品牌是企业的无形价值·····	(961)
品牌联想策略·····	(965)
品牌定位策略·····	(968)
品牌命名策略·····	(971)
品牌延伸策略·····	(974)
重现品牌生机策略·····	(976)
品牌全球化策略·····	(979)
第七章 成功企业营销定价策略	(981)
定价时应考虑的因素·····	(981)
明确定价目标·····	(985)
科学定价策略·····	(991)
第八章 成功企业营销渠道策略	(1000)
企业可供开拓的渠道类型	(1000)
影响渠道设计的因素	(1006)
渠道策略	(1016)

选择最佳的营销渠道	(1023)
第九章 成功企业市场促销策略	(1032)
促销组合策略	(1032)
广告促销策略	(1038)
人员推销策略	(1041)
公关推销策略	(1053)
产品生命周期的营销策略	(1061)
第十章 成功企业应知的市场营销新理念	(1065)
服务营销	(1065)
关系营销	(1070)
绿色营销	(1074)
概念营销	(1078)
网络营销	(1081)
全营销观	(1084)
知识营销	(1088)
形象营销	(1108)
整合营销	(1121)
互动营销	(1135)

第六篇 企业生命之本——财务管理

第一章 成功企业与财务管理	(1143)
企业生命之源——财务管理	(1143)
企业四种不同的理财理念	(1145)
财务管理须实现的五个目标	(1146)
企业成功理财的原则和职能	(1150)
第二章 财务制度规范	(1154)
健全资金管理制度，加强财务监督	(1154)

制定会计账务职责，防范舞弊	(1159)
规范会计信息工作岗位职责，权责自负	(1164)
资产管理与控制岗位职责	(1166)
规范财务人员行为，优化内部运行	(1167)
财务腐败的生成机制及治理	(1177)
第三章 财务分析方法	(1187)
短期比较，揭示企业能力	(1187)
近年比较，发现企业趋势	(1202)
同行比较，知竞争地位	(1208)
综合评价企业运营状况	(1210)
第四章 规范财务控制方法	(1214)
财务控制的内容	(1214)
财务控制应遵循的基本原则	(1215)
指标标准化，防患于未然	(1216)
责任自负，提高自律	(1228)
层层落实，激发自主	(1233)
第五章 有效的现金管理	(1237)
现金出入预算的两种方法	(1237)
企业持多少现金最合适	(1238)
增加现金流的六个步骤	(1242)
企业最佳现金持有量的测定	(1244)
开源节流，控制现金的方法	(1247)
现金管理中的问题与对策	(1251)
提高现金管理效率的四个技巧	(1254)
第六章 有效的应收账款管理	(1257)
应收账款要有信用管理	(1257)
应收账款的日常管理措施	(1261)
应收账款的主要方式	(1262)
第七章 成功的存货管理	(1265)
计量存货成本，减少支出	(1265)

选择最佳存货资金的方法	(1266)
分类控制, 提高管理效率	(1269)
最佳订货量和最合理的平均存货量	(1270)
安全存货量的确定方法	(1275)
第八章 成功的筹资方略	(1280)
公司资本需求量预测方法	(1280)
筹资的三种方式	(1286)
短期融资的优缺点	(1289)
短期融资的渠道与策略	(1290)
长期融资的渠道与策略	(1299)
第九章 成功的投资分析	(1314)
投资敏感性分析——找出影响收益的因素	(1314)
远景方案分析——预测投资前景	(1317)
保本点分析——确定盈利底值	(1318)
决策树分析——预测决策结果	(1322)
投资收益率分析——比较中把握效率状况	(1325)
第十章 成功投资决策	(1329)
进行投资决策必须遵循的原则	(1329)
投资决策的常用方法	(1332)
企业投资机会的选择	(1337)
科学地决定投资项目的规模	(1339)
企业投资的组合	(1344)
最佳投资时间选择	(1350)
财力受到限制时的投资选择	(1352)
第十一章 成功风险投资决策	(1357)
风险投资的四个过程	(1357)
风险投资三位一体的运作方式	(1359)
风险投资的七个阶段	(1364)
风险投资的五种竞争力量	(1370)
风险投资的类型	(1374)