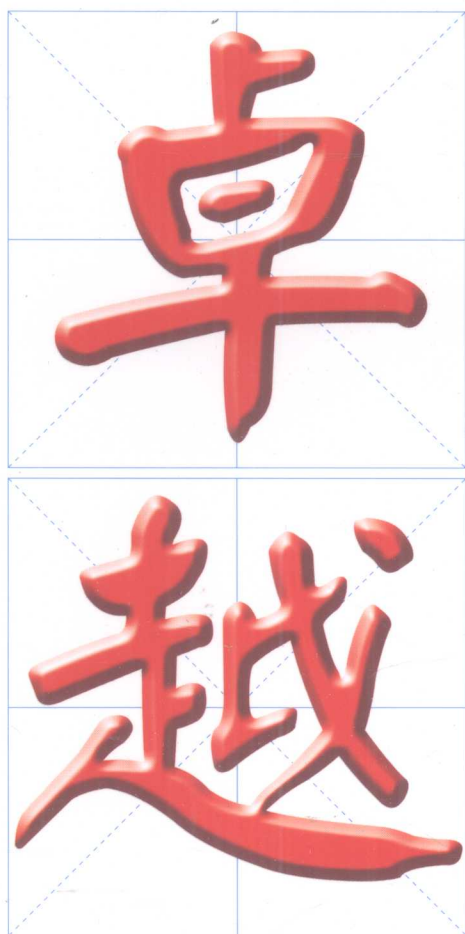


◎ 世界财富五百强企业
◎ 十倍速时代企业克敌制胜的法
◎ 改善企业心智模式的秘笈
管理理念经典集结



王芮文
编著

源于 理念

江苏大学出版社

卓越

源于理念

王芮文 编著

江苏大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

卓越源于理念/王芮文编著. —镇江:江苏大学出版社,
2009. 6
ISBN 978-7-81130-069-7

I. 卓… II. 王… III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 106582 号

卓越源于理念

编 著/王芮文
责任编辑/汪再非 郭 杰 常 钰
出版发行/江苏大学出版社
地 址/江苏省镇江市梦溪园巷 30 号(邮编: 212003)
电 话/0511-84446464
排 版/镇江文苑制版印刷有限责任公司
印 刷/丹阳市教育印刷厂
经 销/江苏省新华书店
开 本/787 mm×1 092 mm 1/16
印 张/19.75
字 数/430 千字
版 次/2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷
书 号/ISBN 978-7-81130-069-7
定 价/44.00 元

本书如有印装错误请与本社发行部联系调换

在这 30 年中,我国企业管理发展的速度是惊人的。20 世纪初,日本经济学家小宫隆太郎来到中国考察后说:中国没有企业。而如今,中国经过对企业进行改革和重组,一个个优秀的企业在中国崛起并为世界瞩目。这些企业创造了中国企业管理的全新理念。

在建设行业,20 世纪 90 年代是我们告别吃大锅饭的年代,90 年代末,工程企业体制改革基本结束,建设市场全面放开,工程企业在行业发展中迅速壮大,企业之间的竞争也随之展开。就拿高速公路建设市场来说,到 2008 年年底,我国高速公路总里程突破 6 万公里,巨大的建设成就培养了一个又一个优秀的施工企业。工程施工企业之间的良性竞争使工程质量大幅度提高,一条条环境优雅、安全舒适的高速公路不断地出现在神州大地……

工程质量在提高,企业管理水平也在提高,但从近年来我国一些地区的公路、桥梁质量事故中我们不难看出企业管理仍存在一些弊端:对工程质量重视程度仍然不够,没有把工程质量当成企业核心竞争力;企业服务意识不强,企业不重视服务质量;企业管理者心态浮躁,管理粗放,不精细;企业领导集体管理思想守旧,变革和创新能力不足;企业学习力不强甚至没有学习;企业没有危机意识;企业执行力不足;企业对员工的培训和教育投入不足……这些弊端正在阻碍着企业管理向更高层次迈进。

要使企业管理上一个更高的台阶,就必须学习如何对自身管理进行变革,因为企业必须要发展。美国通用电气公司前 CEO 杰克·韦尔奇说:“如果你想让列车再快 10 公里,只需要加一加马力;而若想使车速增加一倍,你就必须要更换铁轨了。”可见彻底的变革是多么的重要!自 2008 年以来,为了减小金融危机对国民经济的冲击,拉动内需,使国民经济尽快走出低谷,国家对交通等基础设施的投入加大,这既是一次国家经济发展的机会,也是一次工程企业提高竞争力的绝好机会。

本书是一本可以改变企业 DNA 的管理学读本,是一本企业领导和员工培训的最佳教材。书中案例生动,所讲述的是国内甚至是国际上最为先进的管理理念,作者用这些理念给企业发展至少提出了三个策略思考:

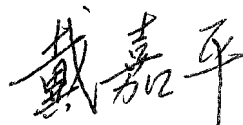
第一,掀起企业全员培训教育的热潮。凡是世界上优秀的企业,没有一个不重视员工教育的,教育的实质是对人力资源这一核心资源进行重新整合。企业员工学习的投入,将会给企业带来丰厚的回报,其效益是巨大的、长远的。企业教育是为了增强员工爱岗敬业的意识,发挥员工的潜能,而不仅仅是知识的拓展。通过企业教育会给企业带来无穷的活力。

第二,切实提高企业的执行能力。执行力是多年以来企业研究的核心话题,本书作者运用了大量的案例透彻地分析了企业执行力不足的原因并提出了改进方案,这值得企业管理者去思考、去变革。

第三,创新管理,更新理念。现代企业参与市场竞争,光凭硬件根本不可能占有绝对优势。现代企业的竞争,其实是软件的竞争,是管理的竞争。谁学习力强,谁就能创新管理;谁管理理念先进,谁就能超越对手,就能比竞争对手抢先占领制高点,就能在竞争中取胜。书中提及的先进管理思想,如超越顾客期望理念、六西格玛管理、学习型组织理论都是世界上最前沿的理论;施工企业精细化管理的肯德基模式更是提供给企业的最新的管理模式。肯德基精细化管理模式是施工企业变革、提高工程质量和提升企业服务水平的一个新观念,值得企业进一步细化研究并应用。

这本书的现实意义在于,它给我国工程企业管理提供了一个全新的思考方式。我有理由相信,如果我们把这些理念引进我们的日常管理,将会为我们的企业和社会带来巨大的效益。

江苏省镇江市交通工程建设管理处处长
江苏省镇江市交通城市建设指挥部副总指挥
研究员级高级工程师



2009 年 6 月

序 二

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

从20世纪90年代末开始,在市场竞争的压力和自身生存发展的要求下,我国很多企业都纷纷实施了全面品质管理(TQM),进行ISO系列标准的认证,以逐步与国际接轨。特别是2002年我国加入WTO以来,企业更加注重自身的建设,国外一些先进的管理思想传到了国内,并经过诸如海尔、联想、华为等优秀企业实践,证明了这些管理理念确实是医治企业管理病症的良方。

在建设行业,特别是公路施工企业,由于长期受计划经济的影响,企业变得老化、迟钝,对外界的反应不够灵活,管理者思想保守,不思变革。企业虽然也在逐年发展,但究其发展的原因就会发现,这些年来我国对交通基础设施建设加大投入,企业在这样的拉力下被动向前推进,一定程度上掩盖了自身管理的缺陷与弊端。

为什么这样说呢?2008年由美国次贷危机引起的席卷全球的金融危机,使不少行业的发展陷入低谷,世界经济走向低迷,我国中小型企业2008年就倒闭10多万家,这是一个多么庞大的数字呀!那么这次金融风暴对工程企业有着怎样的影响呢?这场风暴确实给工程企业带来了影响,很多本该实施的建设项目由于资金筹措途径受阻不能及时上马。但这样的境况到年底就改变了,为了拉动内需,国家计划在2010年以前投入18000亿元进行基础设施建设,建设行业随即迎来了又一个建设高潮。然而,虽然海面上风平浪静,海底却可能孕育着一场海啸。随着基础设施建设的逐步完善,施工企业竞争必将加剧,在今后的5~10年里,谁能居安思危,谁能寻求变革,谁能管理创新,谁能提高服务水平,谁能提高工程质量,谁就会在行业中脱颖而出,谁就会在竞争中取胜。虽然未来建设市场会出现“僧多粥少”的现象,但如果企业自身体魄强健,必然能抢得一杯羹!

企业需要学习,需要管理创新,工程企业作为国家国民经济发展的先行军,不仅要在国民经济硬件上铺路搭桥,更应该在管理理念上起到标杆作用。企业已经到了必须学习和创新的时候了!

作者在本书中介绍的诸如精细化管理理念、有效执行理论、企业变革与创新理念、学习型组织理论、全面品质管理理论、超越顾客期望理念、“5S”管理理念、六西格玛管理、肯德基模式等都是目前最前沿的管理理念,如果把这些理念导入我们建设施工行业并坚持执行,那么我相

信,我们的企业必然会处于攻无不克战无不胜的绝对领先地位。当然,对于其他企业也是如此。

正像本书中提到的,“学习是进入 21 世纪的一把金钥匙”。这本书是包括交通工程行业在内的工程建设企业管理队伍的学习教材,也为其他企业经营管理提供了一个良好的借鉴范本。我希望这本书的出版,能对我国企业的发展变革和管理创新起到有力的促进作用。

江苏省常州市交通局计划处副处长
高级工程师



2009 年 6 月

Contents

目录

第一部分 细节与执行

第一讲 精细化管理理念 / 2

- 1 细节的内涵 / 2
- 2 蝴蝶效应 / 9
- 3 避免工程管理的细节缺失——以高速公路建设为例 / 17

第二讲 塑造无与伦比的执行力文化 / 26

- 1 什么是执行力 / 26
- 2 企业家对执行力的解读 / 28
- 3 中国企业执行力不强的深层原因 / 31
- 4 如何提升执行力 / 42
- 5 执行力的核心流程 / 62

第二部分 团队与学习

第三讲 打造优秀团队计划 / 70

- 1 什么是团队 / 70
- 2 团队的建立和培育 / 74
- 3 团队的冲突 / 86
- 4 团队的沟通 / 91
- 5 团队建设的误区 / 99

第四讲 学习型组织——21 世纪的金矿 / 104

- 1 学习型组织理论诞生的意义 / 104
- 2 学习是进入 21 世纪的“门票” / 107
- 3 创建学习型组织 / 109
- 4 学习型组织的真谛 / 112
- 5 学习型组织的圣吉模型 / 116

第五讲 团队修炼之做一个优秀的员工 / 135

- 1 做一个敬业的员工 / 135
- 2 西点精神 / 139
- 3 问题到此为止,让责任止于我 / 145

第六讲 团队修炼之领导力培育 / 152

- 1 领导力和领导者管理误区 / 152
- 2 学会激励 / 162

第三部分 企业危机与变革

第七讲 准备棉衣好过冬——企业危机管理 / 170

- 1 行走在危机四伏的丛林 / 170
- 2 企业危机的表现 / 174
- 3 危机的处理 / 176
- 4 在敏捷中获得长寿 / 185

第八讲 变革与创新是企业唯一生存之路 / 191

- 1 十倍速时代 / 191
- 2 快速改变才能快速适应 / 197

第四部分 理念震撼世界

第九讲 品质就是超越 / 210

- 1 什么是产品的品质 / 211

- 2 全面品质管理理念 / 216
- 3 六西格玛品质管理理念 / 225

第十讲 导入先进理念 / 234

- 1 导入“5S”管理迫在眉睫 / 234
- 2 海尔的理念 / 243
- 3 丰田管理方式 / 247
- 4 超越顾客的期望 / 252
- 5 企业应该承担社会责任 / 258

第十一讲 工程企业精细化管理的肯德基模式 / 264

- 1 肯德基精细化经营管理模式 / 264
- 2 施工企业管理中存在的缺陷——以高速公路建设为例 / 270
- 3 施工企业精细化管理肯德基模式的导入 / 277

主要参考文献 / 304

后记 / 305

第一部分

PART ONE

细节与执行



第一讲 精细化管理理念

精细化管理是中国未来十年的必由之路。

——万科董事长 王石

随着我国市场经济的不断发展和完善,各种所有制企业不断吸收国外先进技术和管理经验,我国企业的管理水平日益提高,管理理念更新速度日新月异,产品质量和服务水平也在不断提高。但不可否认的是,与发达国家相比,我国企业的管理水平还存在着一定的提升空间,还需要进一步努力完善,因为我们的管理还不够精细。在国际竞争激烈的 21 世纪,精细化管理已经成为企业强身之宝。



细节的内涵

2004 年,一本名为《细节决定成败》的图书创造了管理类畅销书的奇迹,到 2008 年年底,这本书已经连续加印了 40 次。作者汪中求先生首次提出“精细化管理时代——细节决定成败”的理念,开启了中国精细化管理的新时代。这本书的畅销,说明了作者的理念被众多的管理者认可。书中客观地陈述了当今国内外众多企业的弊端和企业内部管理的不足,企业中不注重细节的现象普遍存在。各大企业纷纷把这本书作为自己员工的培训教材。这本书的出版,给企业以至于全社会的浮躁穴位上插了一枚“银针”。

细节是一项修炼

企业管理的实质是一个系统的过程,系统是由很多相互联系、相互制约的小系统构成,而这些小系统又是由若干个元素组成,这些小的系统和元素,我们都称之为“细节”。细节在企业管理中无处不在,虽称之为“细节”,但它所起的作用可能会很大。细节管理是企业管理的根本和企业管理的精髓。

过去,我们的企业管理者喜欢抓“大的方向”,不注重更深一层的管理,官僚作风严重,思想浮躁。企业管理的结果就成了“大事做不好,小事没人做”,看上去管理者整天在忙,可企业管理并不见成效。管理者不掌握企业本身管理的细微变化,不在细节上革除企业管理的弊端,最终会使这个企业业绩下滑,甚至被竞争对手打败。

现代管理者认为,“管理无大事”。管理大师德鲁克先生认为,管理好的企业,总是单调乏味,没有任何激动人心的事件,那是因为凡是可能发生的危机早已被预见,并已将他们转化为例行作业了。可见,一个管理好的企业,每天所做的正是这些细小的、琐碎的事情,正是这些重复的工作在推动着企业前进,为企业赢得效益。

汪中求先生说过,芸芸众生,能做大事的实在太少,多数人在多数情况下只能做一些具体的事、琐碎的事、单调的事,也许过于平淡,也许鸡毛蒜皮,但这就是工作,是生活,是成就大事不可缺少的基础。

成也细节,败也细节。不论做什么工作,都要重视小事,关注细节,把小事做细、做透。正所谓“成大业若烹小鲜,做大事必重细节”。

管理的精细化,是指在一定层面上的精细,对于一个管理者,要正确理解细节,不要走进细节管理的误区,精细化管理不是事无巨细、事必躬亲、眉毛胡子一把抓的无条理管理。

现代企业,粗放管理已经被时代所遗弃,取而代之的是精细化管理。

细节是一项内功的修炼。某年夏天,鲍威尔在一家汽水厂当杂工,除了洗瓶子外,老板还要他抹地板、搞清洁等等,他毫无怨言地认真去干。一次,有人在搬运产品时打碎了50瓶汽水,弄得车间一地玻璃碎片和团团泡沫。按常规,这是要打翻产品的工人清理打扫的。老板为了节省人工,要干活麻利爽快的鲍威尔去打扫。当时他有点气恼,欲发脾气不干,但一想,自己是厂里的清洁杂工,本来这也是分内的活儿。于是,鲍威尔尽力地把满地狼藉的地面打扫得干干净净。过了两天,厂里的负责人通知他,他被晋升为装瓶部主管。自此,他记住了一条真理:凡事悉力以赴,总会有人注意到自己的。不久,鲍威尔以优异的成绩考进了军校。后来,鲍威尔官至美国参谋长联席会议主席,衔领四星上将;又曾任北大西洋公约组织、欧洲盟军总司令的要职以及由布什总统组阁的国务卿。

细节也体现着一个人的形象。1966年周恩来总理到邢台慰问地震灾民时,发现群众面对西北风而坐,就坚持要求改变会场布置,让卡车开到南头,作为临时讲台,他登上卡车,迎着大风对着麦克风发口令,请几千名群众“起立!”“就地向后转!”“坐下!”人们开始摸不清是怎么回事,当背风而坐后,看到呼呼风沙扑打着周总理的衣襟和面颊时,才陡然明白过来,千万颗心为之震颤。人民总理爱人民的崇高风范,正是从这样一些细节中体现出来的。周总理和他同时代的人一起,创造了辉煌的历史。在他波澜壮阔的一生中,这些小事微不足道,但每每想起这些小事,都会令人感动不已。细微之处见精神,这些小事反映了周总理真心热爱人民、处处为人民着想的伟大情怀,细节中体现的是他的修养。

2008年9月25日“神舟七号”载人飞船发射升空,在电视转播过程中,细心人会注意到一个细节,中共中央总书记、国家主席胡锦涛在发射现场讲话完毕,与在场的所有工作人员一个不落地握手,那种认真的神态不仅仅表达的是对工作人员出自内心的慰问,更体现了党和国家领导人的一种卓越的修养。

这里有一个小故事,说的是全美最大的化妆品公司——玛丽凯化妆品公司董事长玛丽凯的故事:

玛丽凯化妆品公司的徽标上两个字母P和L的含义是盈与亏(Profit and Loss),两者就像昼与夜一样主宰着这个世界。弄不好,就会与L(亏)握手;把握得当,就会与P(盈)拥抱。玛丽凯却对这两个字母作出了另一番解释:它们也意味着人与爱(People and Love),若以这种方式与P、L打交道,自然会受到盈利的青睐。

玛丽凯在发达之前,是一名推销员。有一次,一个著名的销售经理在大礼堂作了场精彩的演讲,这演讲非常鼓舞人心。演讲结束后,大家都希望同这位著名的销售经理握握手。跟经理握手的人排成了一条长队,玛丽凯也在这些沸腾的人群中,一开始,经理还认真地跟每一位握手,可半个小时、一个小时过去了,经理的手已经握得麻木。玛丽凯足足排队等了3个小时,终于轮到她与经理见面。经理在同她握手时,甚至连瞧都不瞧她一眼。经理用眼去瞅她身后的队伍还有多长,甚至没意识到他是在与谁握手。善良的玛丽凯理解他一定很累,可是,自己也等了3个小时,同样很累呀!自尊心受到伤害的玛丽凯暗下决心:如果有那么一天,有人排队等着同自己握手,自己将把注意力全都集中在站在面前同自己握手的人士身上——不管自己多累!

正是凭着这样的决心,玛丽凯虽是化妆品行业的门外汉,但她不断去握化妆品专家的手,去握广大美容顾问的手,终于创建了玛丽凯化妆品公司,在世界上声名鹊起。同时玛丽凯也赢得了她心中那种握手的机会。

她多次站在队伍的尽头同数百人握手,常常持续好几个小时。无论多累,她总是牢记当年自己排那么长的队等候跟那位销售经理握手时所受到的冷遇,总是公正地对待每一个人。如有可能,总是设法同对方说点亲热话。也许只同对方说一句话,比如“我喜欢你的发型”或“你穿的衣服多好看哪”等等。她在跟每一个人握手时,总是全神贯注,不允许任何事情分散了自己的注意力。

这样的握手,会使所有人都觉得自己是世界上最重要的人。所有重要的信息也会反馈给玛丽凯,她的公司就这样成为了全世界知名的公司之一。

你希望别人怎样对待自己,你就必须怎样对待别人。这是圣经上的话。在握手的时候,这句话得到了即时和永远的印证。玛丽凯由于遭遇了一次不被尊重的握手,发现了成功的秘诀——秘诀就是那些应当注意而不被引起重视的细节。

>>> 细节体现国民职业素质

我们日常接触的精工产品中,最好的品牌多产于日本和欧美,其中一些知名品牌已有数十年甚至上百年的历史了,这些企业之所以会在百年竞争中依然处于绝对的优势,

无一不是精细化管理的成果。精工产品的制作要求是精细的,每一个零部件,任何一个无论多么小的差错,都有可能造成整个产品的质量问题的,这就要求制作者必须具有一定的技术水平和注重细节的素质。大家都知道,日本及欧美等许多国家的国民素质是很高的,讲究细节,遵守规则是他们职业生涯的基本素养,而我们许多企业在这些方面还是跟这些要求是有很大差距的。

做铁钉很简单,小作坊就能做,铁条取段,模具一压,一头成锥形,一头戴个帽就成。或许是因其制作简单,钉子的价格很便宜,几块钱一斤,少则数十枚,多则几百枚。

日本产的铁钉同样简单,但它在锻压的过程中多一道工艺:在锥尖的后面多一道或是几道坎,像叠起来的梯形,前部细,后部与钉子的直径一致,如同鱼钩鱼叉的倒挂须。有了倒挂须,鱼一旦上钩就难以挣脱。同样,有“倒挂须”的钉子,一旦钉上,就更不容易退出。

大家都有体会,凳子上钉了钉子,日子久了,“嘎吱嘎吱”,钉子很容易顶出一截,凳子就成了“老虎凳”,将屁股咬一口是常有的事。想必用带有“倒挂须”的钉子,凳子变成“老虎凳”的几率会低得多。

钉子多一道或两道“倒挂须”,其实只是工艺设计上多了一个细节,生产流程也许并不会更复杂,同样可一次成型。只是在工艺设计、技术规定等细节方面,多为用户着想了一点,质量显然就有很大差异。

看小小一枚钉子,不难想象,日本的汽车、电器等走俏全世界,原因在哪里?

从小小一枚钉子是不是感觉到了日本人做事精细的传统呢?汪中求先生在日本考察后写了一篇文章——《透过细节看日本》,让我们深刻地了解到了日本人的职业素质。

国民职业素质的提高,不是一朝一夕的事,而职业素质会直接影响到精细化管理程度,因此,我国企业的精细化管理,还需要一个过程,在这个过程中,最主要的就是职工素质的提高。

做一个注重细节的人

○ 福特把美国人放在了汽车轮子上

一个微不足道的动作,或许会改变人的一生,这绝不是夸大其词,可以作为佐证的事例随手便能拈来。美国福特公司名扬天下,不仅使美国汽车产业在世界占居鳌头,而且改变了整个美国的国民经济状况,谁又能想到该奇迹的创造者亨利·福特当初进入公司的“敲门砖”竟是“捡废纸”这个简单的动作?那时福特刚从大学毕业,他到一家汽车公司应聘,一同应聘的几个人学历都比他高,在其他人面试时,福特感到没有希望了。当他敲门走进董事长办公室时,发现门口地上有一张纸,就很自然地弯腰把它捡了起来,看了看,原来是一张废纸,就顺手把它扔进了垃圾篓。董事长对这一切都看在眼里。福特刚说了一句话:“我是来应聘的福特。”董事长就发出了邀请:“很好,很好,福特先生,你已经被我们录用了。”这个让福特感到惊异的决定,实际上源于他那个不经意的动

作。从此以后,福特开始了他的辉煌之路,直到把公司改名,让福特汽车闻名全世界。

福特下意识的动作出自一种习惯,而习惯的养成来源于他的积极态度,这正如著名心理学家、哲学家威廉·詹姆士所说:“播下一个行动,你将收获一种习惯;播下一种习惯,你将收获一种性格;播下一种性格,你将收获一种命运。”

亨利·福特是一个勤于思考和注重细节的人。有一次,他把一辆汽车卖给一位医生。一个看热闹的工人对同伴打趣道:“不知哪一年我们才能买得起汽车。”“这很简单!从现在起,你不吃饭,不睡觉,一天干24小时,我想只要5年,你便能拥有一辆汽车。”这句话使在场的所有人都哄笑起来。然而,福特听了,却没有笑,他决心研制出一种“连擦皮鞋的人也能买得起的汽车”。

有一天,福特乘火车出差。在火车上,他看到乘务员在向乘客卖牛肉,从车尾向车头方向卖,一个顾客买一片,乘务员就切掉一片,下一个顾客买一片,他又切掉一片,就这样,一大块牛肉从车尾卖到车头,正好卖完。福特采用逆向思维,他想,如果把刚刚卖掉的牛肉从车头向车尾每人收回一片,不就把这块牛肉恢复原形了吗?于是他便组织研制了流水式装配线。

福特参观屠宰场,发现每一大片牛肉都用钩子悬吊在房顶的轨道上,于是他通过想象研制出了移运大部件的天吊。

4年后,福特的T型汽车问世了,流水式装配线和天吊的应用,取代了原来手工制作汽车的工艺,从而使生产一辆汽车的时间和制造成本大大降低。价格比其他汽车公司的产品便宜80%,每辆车只卖575美元,投放市场后,供不应求。福特感慨道:“只要你留心思考,任何细节都可能触发你的经营灵感。”留心思考、认真对待,使福特这位一心要把汽车变为所有人都能够用得上的代步工具、有着强烈社会责任感的企业家,从寻常的细节中看出了不寻常的商机。从此,福特真正把美国人放在了“汽车轮子上”。

在后来的生产中,福特不断总结和改进,继续使用低成本战略,最终使过去12.5小时出一辆T型车,降到9分钟出一辆。1924年,每辆T型车售价已降到240美元,1926年福特汽车产量已占美国汽车总产量的一半。

○ 最佳的路径

世界著名建筑大师格罗培斯设计的迪斯尼乐园,经过了3年的施工,马上就要对外开放了。然而各景点之间的道路该怎样连接还没有具体的方案。施工部打电话给正在法国参加庆典的格罗培斯大师,请他赶快定稿,以便按计划竣工和开放。

格罗培斯大师从事建筑研究40多年,攻克过无数建筑方面的难题,在世界各地留下了70多处精美的杰作。然而建筑中最微不足道的一点小事——路径设计却让他大伤脑筋。对迪斯尼乐园各景点之间的道路安排,他已修改了50多次,没有一次是让他满意的。

接到催促电报,他心里更加焦躁。巴黎的庆典一结束,他就让司机驾车带他去了地中海海滨。他想清醒一下,争取在回国前把方案定下来。汽车在法国南部的乡间公路上奔驰,这里是法国著名的葡萄产区,漫山遍野到处是当地农民的葡萄园。一路上他看到人们

将无数的葡萄摘下来提到路边,向过往的车辆和行人吆喝,然而很少有人停下来。

当他们的车子进入一个小山谷时,发现在那里停着许多车子。原来这儿是一个无人看管的葡萄园,你只要在路边的箱子里投入五法郎就可以摘一篮子葡萄上路。据说这座葡萄园主是一位老太太,她因年迈无力料理而想出了这个办法。起初她还担心这种办法能否卖出葡萄,谁知在这绵延百里的葡萄产区,她的葡萄总是最先卖完。她这种给人自由选择的做法使大师格罗培斯深受启发。他下车摘了一篮葡萄,就让司机调转车头,立即返回了巴黎。

回到住地,他立刻给施工部发了一封电报:撒上草种提前开放。施工部按要求在乐园撒了草种,没多久,小草出来了,整个乐园的空地都被绿草覆盖。在迪斯尼乐园提前开放的半年里,草地被踩出许多小道,这些踩出的小道有窄有宽,优雅自然。第二年,格罗培斯让人按这些踩出的痕迹铺设了人行道。1971年在伦敦国际园林建筑艺术研讨会上,迪斯尼乐园的路径设计被评为世界最佳设计。

○ 一元钱找了一修如意的作品

一个人的成功无不是从一点一滴做起的,一个性格马马虎虎的人是绝做不成大事的,细节是一种修养和一种品味。

在一个会计招聘会上,有位姑娘仅用一元钱就叩开了求职大门。当考官问完她问题之后,又说了一句:“如果你被录取了,我们会打个电话给你的。”话音刚落,就听到女孩用清脆的声音说:“请你无论如何,打个电话来,即使我失败了。”一边说一边递过去一元钱。考官充满了好奇:“你为什么要这么做?”“因为如果我被录取了,这打电话的钱不该公司出;如果我没被录取,这打电话的钱更不该公司出。”考官告诉她:“你已经被录取了。”此后,女孩在自己的岗位上做得很出色。

“打电话支付一元钱”,从这个细小的环节中,考官作出决定也绝非心血来潮:首先,能明确公私财产是一个会计应具备的素质;其次,在失败后能去思考自己的不足,说明她是一个积极进取的人。因此,女孩用一个细节,打动了考官,自己也获得了成功。

在当今社会中,想成功的人很多,但愿意把小事做好的人很少。须知伟业固然令人神往,但构成伟业的却是许许多多毫不起眼的细节。只有做好每一个细节,才有可能成就伟业。我们唯有改变心浮气躁、好高骛远的毛病,脚踏实地,从小事做起,注重细节,方能成功。因此,要成功,就必须得注重细节。

要竖立品牌必讲求细节

东盟营造工程有限公司由中国最大的路桥施工企业之一的中国交通集团第二公路工程局和中怡控股份有限公司合资组建成立,具有中国建设部颁发的公路工程施工总承包一级资质,中国交通部颁发的公路工程施工一级资信,通过了 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系和 OHSAS18001 职业安全健康管理体系认证。

作为专业化的路桥施工企业,工程项目分布于全国多个省市,包括沪宁高速、沪杭