

《毁灭优秀公司的七宗罪》

图书基本信息

《毁灭优秀公司的七宗罪》

内容概要

本书源于一个极具洞察力的问题：优秀公司为什么会衰败？这些公司看起来拥有最优秀的管理人才、实实在在的商业成功纪录、有创意的产品和似乎无法动摇的竞争地位，但却几乎在一夜之间败落到勉强维持生计的境地。

作者在大量深入研究后发现：成功的公司在成功的道路上容易养成七个自我毁灭的习惯，我们把它称为“七宗罪”，正是这七宗罪，造成了公司的厄运。

但厄运不等于宿命。谢斯教授认为，只要能够识别这七宗罪，并把它们扼杀在摇篮中，大多数公司都能够实现基业长青。

《毀灭优秀公司的七宗罪》

作者简介

《毁灭优秀公司的七宗罪》

书籍目录

- 第1章 优秀公司为什么会衰败
- 第2章 自欺欺人：神话、仪式和传统形成的桎梏
- 第3章 傲慢：骄者必败
- 第4章 自满：成功之中孕育着失败
- 第5章 竞争力依赖：失职的祸根
- 第6章 竞争近视：一种毫无远见的竞争观
- 第7章 数量沉迷：成本增加和利润减少
- 第8章 领地守护：文化冲突和地盘之争
- 第9章 无为而治
- 最后的思考

《毁灭优秀公司的七宗罪》

精彩短评

1、习惯成自然，先治己方能治人而不致于人。

《毁灭优秀公司的七宗罪》

精彩书评

1、按佛教说法万事万物都要经历“成住败空”四个阶段，好公司也不例外。应该说在公司里的人都努力希望它能越来越好，从好公司到更好的公司，社会也乐见优秀企业走的远一些，即解决就业又能拉动经济。但是很遗憾，相当部分的好公司后来都倒了，或者经历了动荡让自己元气大伤。本书《毁灭优秀公司的七宗罪》总结了其中的部分问题，并给出了初步解决方案。七宗罪分别是：自欺欺人、傲慢、自满、竞争力依赖、竞争力近视、数量沉迷、领地守护。以上种种看似简单的问题，最终会导致企业崩盘，曾经显赫一时的公司后来都走向的黑暗或者完全消失，比如：摩托罗拉、Nortal、索尼，最后这家公司好像最近刚申请破产，在风口浪尖的时候也曾收获电影公司，请施瓦辛格拍片，在美国买地产，现在吃下去的要全吐出来。书里讲了包括以上公司案例的诸多故事。我们并非幸灾乐祸，只想找到其中的原因，或者能避免自己的公司陷入这样的境地。之前几章结构是先案例，再根据现象总结问题，之后给出答案。最后一章则是总结之前答案进行了提升，汇总了对预计自我毁灭的方法。比如：预防傲慢的解约是找到外部力量进行监督，同时限制个人宣传，确认公司监管机制发挥作用，不让任何人拥有绝对的权力（想想几十年关的文革吧）；预防自满的对策是：建议有效绩效考核体系，管理轮岗；预防领地守护的对策是：用明确显具备预见性的方法实施继任计划，建议一种平等的文化——任何部门都不能被视为高别人一等。如果封闭的文化已经占据了主导地位，那么不同部门之间员工的轮岗也许是个好方法。以上解决方法应该说遇到危机的公司都在用，但各自效果有显著差异。IBM从黑暗中走了出来，放弃硬件转型服务公司，柯达、北电、索尼则选择了倒闭重组，其中原因到底是什么？也许值得我们更加深入的思考。本书中提到的解决方法由于各种原因虽然系统但并不十分具体，特别可取的倒是案例的写法很值得学习。相信优秀公司犯的错，普通公司也会犯，书中分享的经验应该对公司经营者有所启发。考虑本版本是多年前的再版，案例更新没那么及时，但是观点和视角仍然值得学习。

2、优秀公司为什么会衰败？它们看起来那么庞大，又有过很辉煌的成功记录，还有许多的了不起的人才。但有时候说垮就垮，快得似乎在一夜之间。除了外界经济环境的影响之外，公司自身也是衰败的源头之一。本书作者发现了成功公司自我毁灭的七宗罪。其中，“竞争近视”在网络时代特别令人警醒。“非常狭隘地界定你所面临的竞争，只承认在你面前、能马上像你提出挑战的竞争对手，如果你曾经有过这样的失误，你就患上了竞争近视。你缺少远见——不太明显的对手给你带来的威胁，虽然当前不易察觉，但却真实存在，并具有危险性”。发现更深层次对手，公司才能站得更高、看得更远。

3、公司的背后是人的领导与欲望，所以人会犯错，那么必然导致公司会犯错。所谓毁灭优秀公司的七宗罪，根本还是企业领导者在公司上升发展过程中自身无形中发生的改变。而个体与公司又有着不完全相似之处，涉及更多复杂的内容。但有一点是一样的，人犯了错可以纠正，那么公司的七宗罪也可以摆脱，如何摆脱，从书中找找答案吧。

4、我们都知道要想一时的优秀是比较简单的，只要我们拼尽全力也许就可以了，但是要一如既往地保持优秀，那就非常难了，而公司企业如何保持优秀而不衰败呢，作者为我们带来这本《毁灭优秀公司的七宗罪》的书籍，他通过大量的研究后给我们总结出了这七条自我毁灭的习惯，算是非常好的警示。很明显，作者不相信宿命论，因为他尽力阻止厄运的到来，公司的倒闭有两种互相冲突的理论原因，一个就是群体生态学或“适者生存”理论，另一个就是命中注定理论，这像极了人的生命，在生与死的循环之中适者生存，但是作者他采取了行动想要阻止这样的发展程序，他认为优秀的习惯是在后天学习而成的，那么同样可以剔除掉那些毁灭优秀的坏习惯，于是他为我们精心地归纳出了这七条坏习惯，躲开了坏习惯，反而学习其相对面，那就是养成了优秀的习惯，那般公司也便屹立不倒。古希腊哲学家亚里士多德曾说过：“我们每一个人都是由自己一再重复的行为所铸造的，因而优秀不是一种行为，而是一种习惯。”在前三条毁灭优秀的习惯里，我看到的更多的是人的坏习惯而造成的，人强加给公司骄傲、自满以及自欺欺人的坏习惯了，本来公司是物体，是没有感情的，但是人的加入给予他感情。当人不去反思的时候，就容易在一种暂时的成功里面染上自欺欺人的坏习惯，例如无视新技术、顾客偏好、全球化新环境等等，一味地认为自己是行业里的佼佼者，那么这样的公司很快就会毁灭。另外就是骄傲和自满，个体的虚妄和集体理性的丧失，所以公司要有变革的力量，而不是一成不变，在现实生活最容易出现的自欺欺人和领地守护、或者是内部地盘之争是最为危险的两种习惯。之后，作者给予我们讲了竞争力、数量沉迷、领地守护等错误的习惯，最为智慧的应该是

《毁灭优秀公司的七宗罪》

第九章吧，这里的“无为而治”采取的还是我们中国老子的思想，这是一种很高境界的管理思想，公司想要长青，那么就应该走得比别人远，想得比别人高，而行动则也是这般。By江焕明

5、这是一位富有实践经验的学术教授站在管理和市场营销层面的角度上，结合大量的实际企业案例，对优秀公司趋向毁灭的可能提出七项的致命原因（自欺欺人、傲慢、自满、竞争力依赖、竞争近视、数量沉迷、领地守护）。领导者必须预测环境的变化，主动给企业定位，干预、改革企业的文化、流程、组织结构和内部系统，还必须调整各种对外的规章制度，以保证公司在技术、竞争、资本市场、制度、国际化和市场需求不断变化的世界中保持有一席之地。但环境的变化开始与企业创立的初衷相背离时，僵化的传统使公司开始出现自欺欺人。管理者承受着寻找问题答案的压力，却难以发现。傲慢源于权力和成功。过去的卓越成就扭曲了对现实的感知，没有经历过会产生影响深远的艰辛，没有遭受过磨难。通常，公司的竞争力来自其核心职能领域所发挥的作用（运营之酒店、营销之耐克、销售之雅芳、设计之服装）。但也因为这样，就有产生竞争力依赖的可能。关键在于确认并开发一种新的核心竞争力，而不是肆无忌惮地多元化。理想的结果应该是在公司以往的成功、文化以及价值中自然形成新的竞争力。事实上任何职能----研发、生产、物流（如运输）、客户支持服务等，均可以转化为收益中心。书的结尾根据七个坏习惯给出相应的预防方法。通过本书，可知道只有时代的企业而已，若不能通过各种方法来改造自身得以顺应趋势，那就只能消亡。

《毁灭优秀公司的七宗罪》

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：www.tushu111.com