

顧客第二：一家百年老店蛻變為企業創新典範的真實故事



[顧客第二：一家百年老店蛻變為企業創新典範的真實故事 下载链接1](#)

著者:郝爾. 盧森布魯

出版者:臉譜

出版时间:20050106

装帧:

isbn:9789867335104

25年成長300倍的經營祕密！亞馬遜五顆星最高評價！盧森布魯是我曾祖父於一八九二年創立的，那時若有人預言，它將會成為全球第三大的旅遊服務公司，一定會被視為瘋子。

然而，改變總要從某處開始……；一路走來，我們由一個六十人的小公司變成六千人的國際企業，年營業額超過六十二億美元；我們的成功祕密在於，我們相信：顧客第二。

司機問黛安要去哪兒，她回答：「盧森布魯公司。」司機回答：「盧森布魯，嗯，那是所有善良的人工作的地方。」司機的回答永遠留在我心中。——郝爾. 盧森布魯

當我們將員工放在第一位時，自然而然地就面臨轉捩點了。「員工至上原則」成為盧森布魯的競爭優勢——我們深信員工第一，而非顧客第一。——郝爾. 盧森布魯

有人說少年是塑造生命的重要階段，我本身就是最好的例子。我十七歲前，學習到最有

價值的商業課程便是：朋友永遠不會讓你失望。從那時起，我便下定決心，有朝一日我一定要建立一家以朋友為主的公司。我的意思是，創造並維持一個培養友誼的環境；其次，只錄用好的人。這套原則已經施行二十多年了，並且成為盧森布魯公司持續的競爭優勢。一旦我們下定決心要做適當的事，沒有什麼能難倒我們，公司裡也沒有一個人有不同的想法。

盧森布魯公司從一家地方企業成長為全國性的公司，進而擴展為全球第三大的旅遊服務公司，其關鍵在於——我們勇於走別人所不敢走的路。在盧森布魯公司：

◎我的時間就是你的時間：深入了解員工的第一堂必修課。

◎有問必答：善用溝通工具，鼓勵員工表達意見。

◎幼稚園的教學原則：讓學習變得有趣。

◎工作升降梯：創造升遷和降職的明確制度。

◎花粉受精原則：保持員工的流動性。

◎手風琴式管理：彈性的考驗與成功的步驟。

◎帶客人進廚房：沒有顧客不能去的地方。

◎企業婚姻：最高境界的顧客與供應商關係。

◎在美麗新世界發現勇氣：與眾不同的恐懼及獎勵。

◎找到好夥伴的最佳方式是：讓自己成為一個好夥伴。九一一事件後，全球旅遊業遭受致命重創，盧森布魯國際旅遊服務公司卻能逆勢而上，成為全球動見觀瞻的旅遊服務公司，證明了盧森布魯的管理與創新祕訣確實能夠經得起時代考驗。《顧客第二》提出125個成功企業經營金配方，將幫助您的企業以優雅之姿提供顧客服務，做好準備面對市場風險與競爭，打造出一個高成長，高獲利的成功企業。

作者介紹：

郝爾．盧森布魯 (Hal Rosenbluth)

帶動旅遊業趨勢的願景大師，由於他的努力與洞察力使得盧森布魯國際旅遊公司成為全球第三大旅遊管理公司。身為董事會主席與執行總裁的他，憑藉反傳統的理念與作風讓他的公司榮獲「適者生存五十大企業獎」 (Darwin Fittest 50 Award)，以及「員工培育獎」 (Investors in People Award)，盧森布魯國際旅遊公司同時也入選《財星一百大》 (Fortune 100) 最佳雇主企業之一。《哈佛企管評論》 (Harvard Business Review)、《企業》 (Inc) 雜誌、《資訊執行總裁》 (CIO)、《金融時報》 (Financial Times)、《華爾街日報》 (Wall Street) 與《財星》雜誌都曾讚揚郝爾盧森布魯為極具影響力的企業主管。郝爾盧森布魯曾經被管理大師湯姆彼得斯名為年度企業先鋒，他最近更榮獲馬可波羅獎 (Marco Polo Award)，這是中國政府授與外國企業領袖的最高榮譽。

黛安．畢德斯 (Diane McFerrin Peters)

曾任盧森布魯國際旅遊公司的高階傳播主管，一九九四年退休。目前為盧森布魯公司特別專案的顧問，也是企業界炙手可熱的演說者。

目录:

[顧客第二：一家百年老店蛻變為企業創新典範的真實故事 下载链接1](#)

[标签](#)

[评论](#)

[顧客第二：一家百年老店蛻變為企業創新典範的真實故事 下载链接1](#)

[书评](#)

[顧客第二：一家百年老店蛻變為企業創新典範的真實故事 下载链接1](#)