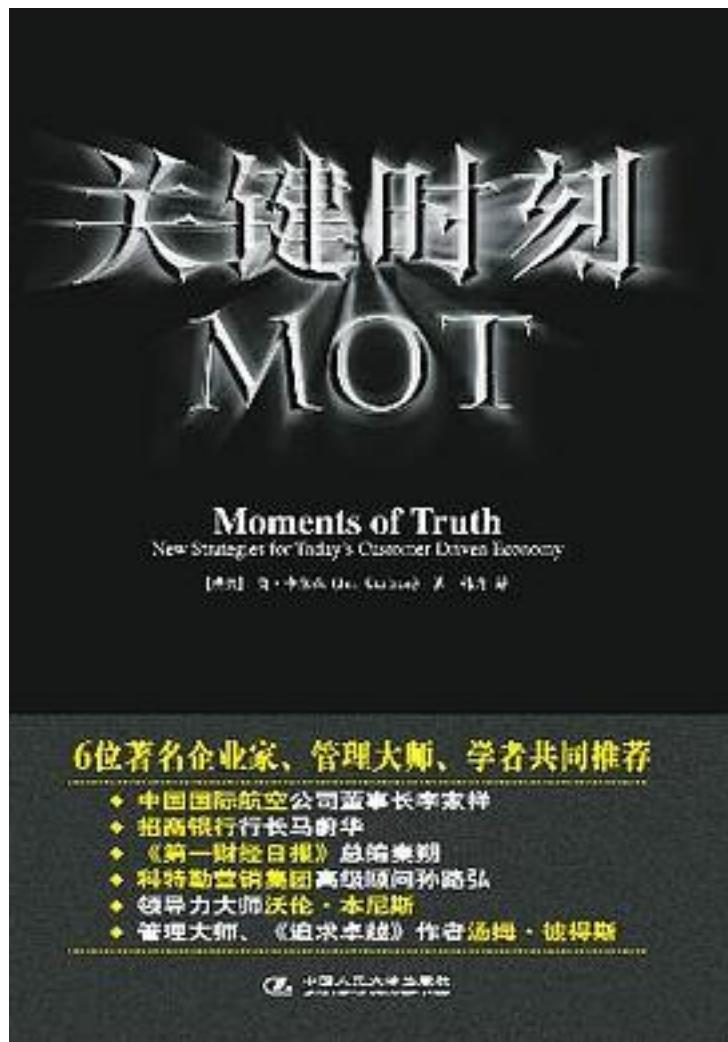


关键时刻MOT



[关键时刻MOT_下载链接1](#)

著者:詹·卡尔森

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2013-6

装帧:

isbn:9787300175225

“关键时刻”是一系列简单又超级实用的抓住客户、赢得利润的方法，已经成为IBM、通用汽车、麦当劳、联想集团等世界名企的培训课程，本书也被多家世界500强企业尊为培训圣经。“关键时刻”理念包括：1 000万名乘客×5名员工×15秒钟=5 000万次“关键时刻”；一线员工应拥有最大的权力；要创造一种好的环境，使员工不仅乐于接受职责，而且乐于执行；管理者既是倾听者，也是沟通者与教育者；创造出更坚强、更富有弹性的组织；该冒险时都必须勇敢一跳；领导者发布的信息必须简单明确；保持绩效评估和顾客需要的一致性；对工作的自豪感才是员工最高的回报；等等。

海报：

作者介绍：

【瑞典】詹·卡尔森

瑞典斯德哥尔摩经济学院企业管理硕士，32岁担任瑞典最大的旅行社平安旅行社总裁，36岁担任瑞典著名航空公司灵恩航空公司总裁，先后帮助这两家企业由濒临破产转为高额盈利。

38岁担任巨额亏损的北欧航空公司CEO，一年内使北欧航空公司成为全球利润最高的航空公司之一。

46岁撰写《关键时刻MOT》，MOT理念风靡全球管理界和企业界。

目录: 行业翘楚谈关键时刻MOT

以客户为导向的经营真谛 /

李家祥

中国国家交通运输部副部长兼中国民用航空局局长

中国航空集团公司前总经理

中国国际航空股份有限公司前董事长

因您而变——招商银行的“关键时刻” /

马蔚华

招商银行前行长

中国企业家协会副会长

中国金融学会常务理事

管理专家谈关键时刻MOT

中国企业的“关键时刻”

秦朔

《第一财经日报》总编辑

如果随时都是“关键时刻”

孙路弘

著名营销及销售行为专家

奔驰汽车公司前营销教官

管理大师谈关键时刻MOT

关键时刻：领导力的理论与实践 /

沃伦·本尼斯

“关键时刻”能否创造奇迹 /

汤姆·彼得斯

关键时刻MOT十大原则

第1章 抓住客户给予的5 000万个机会 /

——关键时刻的意义

第2章 创造顾客比创造利润更重要 /

——关键时刻的原则之一

第3章 用提高营业额代替降低成本/
——关键时刻的原则之一

第4章 领导少些决策力，多些综合力/
——关键时刻的原则之二

第5章 了解顾客真正需要，把握多变市场/
——关键时刻的原则之三

第6章 一线员工比管理团队更了解企业/
——关键时刻的原则之四

第7章 该冒险的时候必须勇敢一跳/
——关键时刻的原则之五

第8章 “沟通”能提升执行力与利润率/
——关键时刻的原则之六

第9章 让董事会了解公司的整体战略/
——关键时刻的原则之七

第10章 保持绩效评估与顾客需要的一致性/
——关键时刻的原则之八

第11章 奖励让顾客满意的“自作主张” /
——关键时刻的原则之九

第12章 不做成功的俘虏/
——关键时刻的忠告

无处不在的“关键时刻”

我永远乘坐你的出租车
——出租车司机的“关键时刻”

我再也不会购买你们的任何产品
——PC制造商失败的“关键时刻”

愤怒的手机用户
——通信公司的“关键时刻”

以顾客为中心
——银行的“关键时刻”

世界最大物流公司的“关键时刻”模式
“关键时刻”培训感言

你所不知道的“关键时刻”

孙路弘
著名营销及销售行为专家
奔驰汽车公司前营销教官
· · · · · (收起)

[关键时刻MOT 下载链接1](#)

标签

管理

商业

领导力

沟通

关键时刻MOT

顾客

培训

市场

评论

200页很薄，30年前的管理道理现在人尽皆知，但没见几个能真正做到，最后结语阐述的东西方对待MOT的角度一语道破。绩效考核方法和追求目标存在偏差的案例豆瓣裁过，PAHG模型实战上还是没用起来。战略的坚定是如何确保落实的这里边语焉未详，意犹未尽。

道理很简单，从顾客需求出发，为一线员工授权，确保他们可以在每个关键时刻灵活处理，提供最优服务。大家都可以想想自己所在的社会网络里，如何才能做好关键时刻。

样书审读

即使对银行业也有一定的参考价值，坚持以客户为本的理念很棒。

所以，我们公司的2万块授权体系和员工自行决定送礼一些特权是根据这本书颁布的？看到了老板阅读成长史的“关键时刻”

公司要求读的，全书的一份理论就是以客户为中心，创造和客户链接的关键时刻。

果然是很多年前的东西了啊。。

碎片化理论

还可以，写的理念都是很实用的管理学。不过只是理念，没有具体写步骤该如何123去做。所以对于新手管理者来说，不容易抓到重点。书的每一章节都会点睛。但是依然只是理念。

时刻提醒自己，全篇管理航空公司的经历，不如p181出租车司机的故事令人印象深刻。时刻提醒自己，你提供的服务好到令客户印象深刻，你就赢了~

19033

创创造顾客比创造利润更重要、用提高营业额代替降低成本、领导少些决策多些综合力、了解顾客真正需要把握多变市场、一线员工比管理团队更了解企业、该冒险时必须勇敢一跳、沟通、让董事会了解战略、评估和目标一致、奖励自我主张...

MOT三个字值两星，在MOT创造记忆值一颗星，一切以客户为中心，创立倒逼引导管理机制。不过稍微有点理论了。

企业文化是一把手文化，其他的都是空谈。

书名的翻译真是不恰当，令人误解。

每一个与顾客接触的时刻，都是关键时刻。没有主次权重之分。

作者叙事非常诚恳，依从其职业生涯的时间线，在不同内外部环境下，始终坚持“满足顾客需求”为第一要义。佐以组织不同层级角色及其在“MOT”的作用，意识动力及行为之转变。看书名，误会了。5星。

给一线员工授权，他们直面用户，他们的感觉会更重要。

1. 作为一个企业领导人，创建使企业员工人人都能充分施展聪明才智的环境和平台，才是企业健康发展的根本内涵-李家祥
2. 在以产品为导向的公司里，其决策都是基于产品或技术而制定的；以顾客为导向的公司则在市场的引导下完成一切工作，包括决策、投资、改革等等
3. 创造顾客比创造利润更重要
4. 金字塔式组织扁平化
5. 保持绩效评估和顾客需要的一致性
6. 不做成功的俘虏

从组织管理角度重新理解这本书里面的含义 信息量虽然简单但是足够有力量另外
这其实是17年的最后一本书 忘记登记了一不小心成了18年的第一本书 哈哈

此次主题阅读书目，总有一些关键时刻起着关键作用，学会分解学会寻找那些切入点，
就像的《习惯的力量》里的一样，总有些看似微小的习惯，或许就是多米诺的第一张骨牌

作者用自己的经历阐述了以客户为中心制定战略的好处，并阐述落地过程中的关键问题。
◦

一般

[关键时刻MOT 下载链接1](#)

书评

MOT这个理念足够演化成一套相当完善的管理工具，最令人惊奇的是，MOT是完全面对顾客的，以顾客为中心。如果把MOT简单的总结一下的话，就是两个词
一线员工和顾客。
1. 一个人之所以被任命为领导，并不是因为他无所不知，或者由能力制定所有决策，而是因为他懂得汇集众人的智慧...

20世纪80年代，斯堪的纳维亚航空公司总裁詹·卡尔松写了一本名为《关键时刻》的书，讲述了他如何在三年内，将年亏损几千万美元的航空公司转变成世界上最成功的公司。

在书中，他说每当一个客户或潜在客户来与你公司接洽时，那就是一个“关键时刻”，也就是最终决定你的公司...

MOT的意义:抓住客户给予的5000万个机会

一个人之所以被任命为领导，并不是因为他无所不知，或者由能力制定所有决策，而是因为他懂得汇集众人的智慧，并为完成工作创造条件。然后将工作条件授权给员工，让他们独立承担责任，完成日常的工作。领导者就是创造条件使工作...

最近整个用友集团在实行“MOT”培训。

MOT课程是为改变企业（公司）人员的行为模式而设计的课程，主要专注于传授如何将自身的价值在与客户的交流过程中传递给客户。

这个课程最初来自于IBM内部员工培训，这也是上个世纪九十年代IBM转型的一大成果之一...

关键时刻就是能够决定公司未来成败的紧要关头，与这四个字一起呈现在我的脑子里的是董事会决策的紧张时分，但完全不是这么一回事。本书作者曾任北欧航空公司CEO的詹·卡尔森把关键时刻定义为：最基层的员工与顾客接触的时间。以北欧航空公司为例，员工与顾客每年接触总计5000...

关键时刻，不仅仅是用于客户服务类别。

更应该是指“企业中的所有员工”对于客户的理解。

如果领导不理解客户的需求、满意度；如果管理人员不理解客户的需求、满意度；如果基层员工、一线员工不理解客户的需求、满意度，那么，这个企业的生存不长久，则是必然的。与其相对...

20世纪80年代，斯堪的纳维亚航空公司总裁詹·卡尔松写了一本名为《关键时刻》的书，讲述了他如何在三年内，将年亏损几千万美元的航空公司转变成世界上最成功的公司。“Moments of truth”这一观念在全球企业界的流行，美国西南航空公司借助MOT连续20年取得了骄人成绩；IBM耗...

下午翻出来一本以前买的但是没看的书《关键时刻》，翻看2页后便放不下来了，一口气读完。

这本书主要是根据作者在北欧航空公司——这家典型的服务型企业的实际管理经历而写成，适合绝大多数的现代服务企业。

之所以起名为关键时刻，在作者看来公司的任何员工在客户接触的那一刻...

作为畅销书，大概就这样吧。很多的有趣故事，而重点的话，可能就小小几个字吧。

记住：一线员工与客户接触所能带给客户的一切。

一线员工与客户接触时所能观察到最真实客户的需求。

一线员工最能清楚最坏的流程，也可能麻木于最坏或理所当然的流程...

大家已经习惯了金字塔结构

看过这本书，你会真正了解什么是“扁平的组织”，那并不是让20个人向自己汇报。你也会了解什么是“授权”，那并不是你啥都不管。

很多有用的话语，让我不得不把每个章节前的语录都抄录下来。

关键时刻MOT语录：<http://www.i170.com/user/jordanpan/A...>

今天碰巧读了《关键时刻》(moment of truth)。

这本书书名看起来很鸡汤，不过作者是北欧航空公司的CEO，不仅把公司扭亏为盈，而且盈利水平业界名列前茅。

简单讲这本书的核心理念就是，一线员工对市场变化感受最深，最直接接触顾客，所以要给一线一些权力，他们才知道对顾客...

中午休息时刻朋友推荐听的，觉得很有价值。

关键时刻是一个关键指标，是对客户导向的具体衡量。对于客户而言，他们只会记住那

些关键时刻，而这些关键时刻通常是由直接与客户接触的一线员工所决定的。餐馆的服务人员，飞机上的乘务人员，宾馆的服务人员，这些都决定着那些关键...

前不久，我们刚讲了《裂变式创业》。后台就有读者跟我说，我这个企业可没那么多钱，怎么给员工创业呢？我是一个传统企业，不太适合这么折腾，那怎么改变？那么好，今天我们将的这本书——《关键时刻MOT》就是针对这部分朋友来说的。

《关键时刻MOT》作者詹·卡尔森是一名久...

关键时刻，用户和公司发生交互关系的瞬间。

1.把组织结构翻转过来，变成倒金字塔式的组织形态

掌握“关键时刻”的员工不用一层层请示上级，管理者们的义务是必须想方设法把基层

员工需要的资源解决掉。2.在企业中做一个沟通者与教育者

保证每个人都真正理解公司的目标和战...

1.创造顾客比创造利润更重要 2.用提高营业额代替降低成本

有时候运营成本已经降到了极限，再降就会降低服务水平。每一项成本，如果有助于实

现公司目标，就不应该降甚至应增加成本投入。3.领导少些决策力，多些综合力

管理者应授权并为员工创造条件推进工作。4.了解顾客真...

[关键时刻MOT 下载链接1](#)