

فهرست مطالب

۷	پاره‌ای از توصیه‌ها
۹	پیشگفتار
۱۳	معرفی کتاب

بخش ۱

شکست بی‌دردسر در کسب و کار

(۲۱-۳۸)

قیمت دلخواه ۲۵ / زمان خرید ۲۶ / انتظاراتی غیرمنتظره ۲۹ / آنگاه که خوب به حد کافی خوب نیست! ۳۰ / دنیای نوین رقابت ۳۱ / راه آینده / ۳۴

بخش ۲

قانونهای تازه رقابت

(۳۹-۵۱)

مشتریان گوناگون به ارزش‌های متفاوتی اهمیت می‌دهند ۴۳ / با بالا رفتن معیار ارزشها توقع مشتریان هم بالا می‌رود ۴۷ / ایجاد ارزشی بی‌همتا و پیشرو، به یک الگوی عملیاتی عالی و کارآمد نیازمند است ۴۸ / تفاوت در چیست؟ ۴۹

بخش ۳

برگزیده برندگان

(۵۳-۶۹)

الگوی کارکرد ۵۴ / راهکار عملکرد عالی ۵۶ / تولید فرآورده بی‌همتا ۶۰ / مشتری‌نوازی ۶۴ / گزینش چرا؟ ۶۷ / تنها برگزیدن یک راهکار راه رسیدن به رهبری و پیشتازی است ۶۸

بخش ۴

راهکار عملکرد عالی

(۷۱-۸۴)

مدیریت نیروی انسانی ۷۴ / عملکرد کارآمد ۷۶ / فن آوری ۷۹ / خدمات مشتری ۸۱ / بهره‌برداری از ارزشها، امتیاز پیشتازی ۸۱ /

بخش ۵

تجربه شرکت آتی اندتی یونیورسال کارد

(۸۵-۱۰۰)

چهره پیروان عملکرد عالی ۸۸ / رقبا کند واکنش نشان می‌دهند ۹۰ / عملکرد، هسته اصلی کسب و کار است ۹۱ / فرآیندهای محوری را درخشانتر کنید ۹۳ / به یاری فن آوری اطلاعات خود را تواناتر کنید ۹۴ / مدیریت نیروی انسانی ۹۵ / ارزیابی و پاداش دهی ۹۷ / ارزش راهکار در عملکرد ۹۹ /

بخش ۶

راهکار تولید فرآورده بی‌همتا

(۱۰۱-۱۱۵)

الگوی کار سازندگان فرآورده‌های بی‌همتا ۱۰۴ / راهبری مجموعه فعالیتها ۱۰۸ / نقش ساختار و فرآیند ۱۰۹ / هوشمندی: بزرگترین ثروت پیشتازان نوآور ۱۱۱ / بهره‌برداری از ارزش پیشتاز بودن ۱۱۳ /

بخش ۷

تجربه شرکت اینتل

(۱۱۷-۱۳۴)

پیروزیها را در بوق و کرنا بدمید ۱۲۰ / مدیریت گزینش مجموعه‌ها ۱۲۲ / اندیشیدن از راست به چپ ۱۲۳ / مسابقه در جریان است ۱۲۶ / تیمهای بسیار کارآمد همه مرزها را درمی‌نوردند ۱۲۷ / ساختار روان سازمان ۱۲۹ / پخش دانش در سطح شرکت ۱۳۰ / بکارگیری امتیاز تولید ۱۳۱ / راهکارهای سازنده فرآورده‌های بی‌همتا ۱۳۲

بخش ۸

راهکار شرکتهای مشتری نواز

(۱۳۵-۱۵۰)

الگوی کار شرکتهای مشتری نواز ۱۳۹ / مدیریت نیروی انسانی ۱۴۲ / امکانات خالی و مجازی ۱۴۵ / آفرینش روابط ژرف و پایدار ۱۴۶ / بهره‌گیری از امتیاز رهبری و پیشتازی ۱۴۸ / راه‌حل، راه‌حل، و باز هم راه‌حل! ۱۴۹ /

بخش ۹

تجربه شرکت آیربورن اکسپرس

(۱۵۱-۱۶۱)

گزینش و گسترش کار ۱۵۳ / ارائه ارزش و خدمات مناسب / ۱۵۵ ارزش دیگر، خدمات گوناگون‌تر ۱۵۷ / آموزش مشتری نوازی ۱۵۸ / مشتری نوازی درازمدت / ۱۵۹

بخش ۱۰

چگونه راهکار ارزشی خود را برگزینیم؟

(۱۶۳-۱۷۸)

صنعت خرده‌فروشی اسباب‌بازی در آمریکا ۱۶۶ / داستان یک رقیب ۱۶۷ / گام نخست: شناخت وضعیت کنونی ۱۶۹ / گام دوم: راههای واقع‌گرایانه ۱۷۳ / گام سوم: گزینش نهائی و طرح گسترده کار ۱۷۵ /

بخش ۱۱

آفرینش آئین مشتری خواهی

(۱۷۹-۱۸۸)

شناخت این آئین ۱۷۹ / اهمیت مطلب در چیست؟ ۱۸۱ / راه دستیابی ۱۸۲ / جنبش کیفیت و آئین مشتری خواهی ۱۸۳ / تمرکز بر ارزش‌گزیده ۱۸۷ / با مشتری زندگی کنید ۱۸۶ / همچون وکیل مدافع مشتری باشید ۱۸۷

بخش ۱۲

پیشتاناز ماندن

(۱۹۸-۱۸۹)

پیشاهنگ ماندن، نیازمند بهتر شدن پیایی است ۱۹۰ / نگهداری راهکار عملکرد عالی ۱۹۲ / تهدید: سرمایه‌هائی که به تعهدات تبدیل می‌شوند ۱۹۲ / نگهداری راهکار ساخت فرآورده‌های بی‌همتا ۱۹۳ / تهدید: مفهومیهای بامعنا که پوچ می‌شوند ۱۹۴ / نگهداری راهکار مشتری‌نوازی ۱۹۴ / تهدید: آگاهیهای که به بی‌خبری مبدل می‌گردند ۱۹۵ / کارآئی مناسب در همه زمینه‌ها ۱۹۶ / دقت فراوان که به نزدیک‌بینی می‌انجامد ۱۹۷ /

سخن آخر

(۲۰۱-۱۹۹)