

Le prix de l'incompétence

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Le prix de l'incompétence [Texte imprimé] : Histoire des grandes erreurs de management / Christine Kerdellant

Auteur(s) : Kerdellant, Christine (1960-....)

Editeur, producteur : Paris : Denoël, 2000
(27-Mesnil-sur-l'Éstrée; Impr. Firmin-Didot)

Description matérielle : 474 p.

Collection : Impacts

ISBN : 2-207-24842-9

Appartient à la collection : Impacts (Paris) 1296-0527 2000

Résumé ou extrait : Un patron, ça prend sept bonnes décisions pour deux foireuses et une carrément mauvaise, disait le baron Bich, le roi du stylo-bille... et l'inventeur du parfum jetable qui ne marcha jamais. Voici l'histoire de ces décisions foireuses ou carrément mauvaises qu'il eût mieux valu ne jamais prendre. De Renault qui, au lieu d'améliorer ses voitures, voulait apprendre à conduire aux Américains, à Peugeot qui refusa l'Espace ou Kodak qui ne crut pas au Polaroid, en passant par IBM, Coca-Cola ou Danone, personne n'est épargné. Plus de cent vingt erreurs ou échecs font l'objet d'une enquête minutieuse. Certaines de ces histoires sont célèbres, d'autres n'ont jamais été révélées, mais toutes sont revisitées et analysées dans un récit qui fourmille de révélations et d'anecdotes savoureuses. Loin d'être un simple bêtisier du management, Le Prix de l'incompétence analyse les grandes catégories d'échecs et en tire des leçons en matière de stratégie, de marketing ou de communication. Tant il est vrai qu'on n'apprend que de ses erreurs ... et que les meilleures entreprises sont parfois celles qui se sont le plus lourdement trompées.

Sujet(s) : Produits nouveaux

Gestion d'entreprise

Faillite

Etudes de cas

Sujet - Nom commun : Faillite

Produits nouveaux -- Commercialisation

Forme, genre ou caractéristiques physiques : Études de cas