

<<天天遇见史玉柱>>

图书基本信息

书名：<<天天遇见史玉柱>>

13位ISBN编号：9787030290472

10位ISBN编号：703029047X

出版时间：2010-10

出版时间：科学出版社

作者：张勇

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：<http://www.tushu007.com>

<<天天遇见史玉柱>>

内容概要

史玉柱是国内顶尖的营销大师，其成功作品和商业思想非常值得发掘和研究，他的传奇人生也令无数读者关注。

本书对史玉柱商业思想和个人经历进行了提炼和总结，以一年12个月、365天、每天一讲的形式进行编排，一天讲述一个史玉柱的精彩点。

通过阅读本书，读者可以全面了解史玉柱的商业思想。

本书特别适合于想学习史玉柱商业思想、了解史玉柱个人传奇的读者，对从事广告、营销、企划的读者有很大的帮助。

<<天天遇见史玉柱>>

书籍目录

1月·梦想 1月1日 最初的梦想 1月2日 梦的破灭 1月3日 泥饭碗变成金饭碗 1月4日 “下海”了 1月5日 “下海”不成就跳海 1月6日 创业太缺钱了 1月7日 巨人逐日 1月8日 二次创业 1月9日 为什么盖巨人大厦 1月10日 理想状态 1月11日 百亿计划 1月12日 一带10年 1月13日 我的事业还没开始 1月14日 脑黄金的成功 1月15日 希望的寄托 1月16日 白金式的翻身 1月17日 一定补偿你们 1月18日 巨人的大旗 1月19日 行不更名坐不改姓 1月20日 如果能再起来，也是一件好事 1月21日 不定目标，却一咬到底 1月22日 雄心壮志不如脚踏实地 1月23日 还钱 1月24日 不想过去的事情 1月25日 人生就是一个零 1月26日 退休前只做一件事情 1月27日 玩命干 1月28日 股价越升，压力越大 1月29日 没有太具体的目标 1月30日 我这个人比较闭塞 1月31日 现在没有远大的理想

2月·挫折 2月1日 著名的失败者 2月2日 倒下的必然 2月3日 逆境有积极的一面 2月4日 成功的时候头脑容易发热 2月5日 逆境的好处 2月6日 逆境中比成功中舒服 2月7日 东山再起的要素 2月8日 成王败寇 2月9日 同行的恶意竞争也是压力 2月10日 我很感激这一跤 2月11日 看到记者还挺害怕 2月12日 对媒体敬而远之 2月13日 失败后有两种人 2月14日 失败之后天天开批斗大会 2月15日 从毛泽东著作中吸取经验 2月16日 逆境中学到的东西更多 2月17日 当初的失败是一笔财富 2月18日 中国文化对失败者不宽容 2月19日 10年只做三件事 2月20日 从失败中学习 2月21日 站了起来 2月22日 批斗会 2月23日 民营企业的13种死法 2月24日 反思自己 2月25日 上市能增强抵抗力 2月26日 想到各种结果 2月27日 我并没有失败者的性格 2月28日 做好再次跌倒的准备

3月·营销 3月1日 关键要有好产品 3月2日 产品的生命周期 3月3日 最好的老师是消费者 3月4日 营销是没有专家的 3月5日 不要尝试改变消费者的想法 3月6日 所有行业我都是后来者 3月7日 我只管一件事 3月8日 721原则 3月9日 第一法则 3月10日 保健品市场启动难 3月11日 保健品行业的信任危机 3月12日 集中优势兵力 3月13日 最大的市场都在“下面” 3月14日 一切以玩家为出发点 3月15日 70%的玩家在小城市和农村 3月16日 批评我们的人没吃过我们的产品 3月17日 市场和研发 3月18日 一靠人，二靠钱 3月19日 营销网络建设没有教科书 3月20日 玩转经销商 3月21日 地面推广 3月22日 营业员的作用 3月23日 媒体对玩家的影响几乎为零 3月24日 好玩和好的营销 3月25日 我们游戏的定位就是大而全 3月26日 试销市场快不得，全国市场慢不得 3月27日 大投入才有大产出 3月28日 玩家才是专家 3月29日 网游是一个社区 3月30日 做中国最好玩的游戏 3月31日 我不知道怎么攻击别人

4月·广告 4月1日 依赖广告宣传必死 4月2日 广告的关键是重视消费者 4月3日 广告是给消费者看的 4月4日 另类的广告 4月5日 脑白金和秦池不一样 4月6日 广告的目的 4月7日 做广告是为了销售 4月8日 首先要做的是给人留下印象 4月9日 只有真实的东西才感人 4月10日 广告投放有策略 4月11日 广告投放的重点 4月12日 蝉联“十差广告”之首 4月13日 从量变到质变 4月14日 做广告就像走钢丝 4月15日 大多数广告费被浪费 4月16日 脑白金不请明星 4月17日 广告就像性骚扰 4月18日 空中轰炸 4月19日 寄书 4月20日 软文炒作要诀 4月21日 户外广告 4月22日 炒新闻 4月23日 科普专题片 4月24日 书摘 4月25日 电视广告 4月26日 推拉 4月27日 给玩家发工资 4月28日 终端工作 4月29日 陈列要求 4月30日 接受大众监督

5月·创业 5月1日 赚大钱还是赚小钱，取决于战略 5月2日 再好的决策也要调整 5月3日 成功需要心血浇灌 5月4日 真诚地对待团队 5月5日 管理无情人有情 5月6日 创业，初中生和博士后没区别 5月7日 法律的红线不能碰 5月8日 创业的困难 5月9日 创业股权越集中越好 5月10日 创业需要简单清晰的商业模式 5月11日 别人的批评 5月12日 西服和运动服 5月13日 大口号 5月14日 发挥核心竞争力 5月15日 选择熟悉的行业 5月16日 一开始就要规范 5月17日 管理手册 5月18日 创业思维 5月19日 一个人解决问题 5月20日 雄心万丈 5月21日 做好一个店 5月22日 你需要的是订单 5月23日 机遇 5月24日 不能太乐观 5月25日 铁的纪律 5月26日 忠诚度 5月27日 要巧干 5月28日 做关键环节 5月29日 好的CEO 5月30日 弥补对手的不足 5月31日 制度建设

6月·人才 6月1日 要靠人 6月2日 要靠团队 6月3日 找人、培养人、用好人 6月4日 最大的财富 6月5日 又红又专 6月6日 才和德 6月7日 合作精神 6月8日 不缺营销人才 6月9日 对员工是真诚的 6月10日 不用“空降兵” 6月11日 多一些战术人才 6月12日 搭好舞台 6月13日 团队的价值 6月14日 要让员工实现自我价值 6月15日 专家级的人才 6月16日 团队是稳定的 6月17日 不带面具 6月18日 陈天桥做了“冤大头” 6月19日 招聘人才 6月20日 核心成员辞职不要挽留 6月21日 留住人才 6月22日 研发的骨干 6月23日 做一个防火墙 6月24日 高工资 6月25日 我有很强的团队 6月26日 营销队伍扩张 6月27日 能者多得 6月28日 副总很团结 6月29日 执行力很重要 6月30日 期权激励

7月·管理 7月1日 失败源于管理和战略 7月2

<<天天遇见史玉柱>>

日如此寨主，岂能成功 7月3日 管理制度的演变 7月4日 流于形式 7月5日 烂账 7月6日 管理失控 7月7日 学费 7月8日 管理的真谛 7月9日 怎么实用怎么来 7月10日 隐身生活 7月11日 管理上还可以 7月12日 制度的建设 7月13日 管理的细化 7月14日 决策和经营分开 7月15日 拍板 7月16日 军事化管理 7月17日 现款现结，杜绝烂账 7月18日 授权 7月19日 每个人都有权力 7月20日 管理要量化 7月21日 企业文化 7月22日 大口号没必要 7月23日 请不请CEO 7月24日 低谷建制度 7月25日 把合适的人放在合适的位置上 7月26日 聚在一起做大事 7月27日 打造“百年老店” 7月28日 职业经理人打理 7月29日 私交 7月30日 考核 7月31日 把每件事做到极致 8月·发展战略 8月1日 全都败了 8月2日 不转型早倒掉了 8月3日 战略转向 8月4日 多元化必败 8月5日 核心竞争力 8月6日 结合比尔·盖茨与李嘉诚 8月7日 一生只能做一个行业 8月8日 主营业务只有一个 8月9日 贪大并不是坏事 8月10日 选最擅长的产品 8月11日 集中优势兵力 8月12日 重点突破 8月13日 聚焦战略 8月14日 品牌战略 8月15日 农村包围城市 8月16日 战略之后，细节决定成败 8月17日 战略正确，执行力出了问题 8月18日 商人更关注战术 8月19日 要有平常心 8月20日 不定战略目标 8月21日 把每件事做好 8月22日 重大战略抉择 8月23日 2D游戏的终结者 8月24日 别人的老婆未必好 8月25日 做好过冬的准备 8月26日 只做中国市场 8月27日 马云比我强 8月28日 丁磊本人很能干 8月29日 陈天桥的平台战略 8月30日 精品战略 8月31日 与华为合作 9月·商业模式 9月1日 第三代企业家赢在商业模式 9月2日 创业需要简单的商业模式 9月3日 互联网是个工具 9月4日 互联网的特点 9月5日 网游是互联网最佳商业模式 9月6日 高额利润 9月7日 价格战 9月8日 自主知识产权 9月9日 最保守的行业 9月10日 商业模式的问题 9月11日 大百科全书模式 9月12日 脑白金式营销 9月13日 恶性竞争 9月14日 致命伤在文化 9月15日 赚有钱人的钱 9月16日 代练 9月17日 把网游推进到免费时代 9月18日 给玩家发工资 9月19日 人气是关键 9月20日 少部分玩家喜欢收费模式 9月21日 我们采取的是双轨制 9月22日 玩家才是网游的“靠山” 9月23日 怀旧也是一种商业模式 9月24日 对网游行业的误解 9月25日 网游最大的吸引力在社区 9月26日 行业规则 9月27日 网游开发的限制 9月28日 不要进入“红海” 9月29日 免费模式将成为过去 9月30日 竞争开始激烈 10月·风险控制 10月1日 做了不该做的事 10月2日 江湖险恶 10月3日 瘫痪的资金流 10月4日 保住现金流 10月5日 什么是风险 10月6日 风险的控制 10月7日 做最坏的打算 10月8日 深挖洞、广积粮、缓称王 10月9日 该怎么冒险 10月10日 商场如战场 10月11日 动作越少越好 10月12日 市场和政府的关系 10月13日 不再追求高速增长 10月14日 冬天来了 10月15日 我实际上很胆小 10月16日 开得慢反而更快 10月17日 安全是第一位的 10月18日 财务上非常保守 10月19日 两条原则 10月20日 赌徒 10月21日 投资银行没风险 10月22日 资金的战略储备 10月23日 顺其自然 10月24日 刘伟 10月25日 降低风险 10月26日 抵挡诱惑，降低风险 10月27日 制约 10月28日 不做非常规的事 10月29日 只盯两个东西 10月30日 多考虑 10月31日 网游风险高 11月·资本运作 11月1日 从实业家到资本家 11月2日 不可投错一个项目 11月3日 不投入力，变现方便 11月4日 借钱 11月5日 头脑发热的产物 11月6日 士安的使命是还钱 11月7日 不要乱投资 11月8日 主营业务不能用银行贷款 11月9日 控股四通 11月10日 什么行业不能投 11月11日 投资委员会 11月12日 过于谨慎 11月13日 低调投资 11月14日 网游百年不遇 11月15日 没有1个亿不要投资网游 11月16日 圆一个梦 11月17日 追逐利润 11月18日 何时介入 11月19日 少听投资信息 11月20日 银行盈利模式非常清晰 11月21日 纽交所 11月22日 巨人网络和阿里巴巴 11月23日 运动服是一种心态 11月24日 上市前后 11月25日 我们的市值是被低估的 11月26日 三岁的巨人网络 11月27日 把业务做好 11月28日 入股51.com 11月29日 战略上有帮助 11月30日 战略投资 12月·社会责任 12月1日 商业的本质 12月2日 合法途径 12月3日 10年内还钱 12月4日 两者都有 12月5日 不诚信的代价 12月6日 先还钱，再发展事业 12月7日 承诺 12月8日 信用 12月9日 依法纳税 12月10日 今年爸妈不收礼 12月11日 网游正在被妖魔化 12月12日 网络分级 12月13日 不涉及赌博 12月14日 好企业家的标准 12月15日 好企业的标准 12月16日 企业的社会责任 12月17日 对网游应该宽容些 12月18日 社会对我的要求高 12月19日 我和马云没区别 12月20日 马云公关做得好 12月21日 自身形象 12月22日 企业不盈利就是危害社会 12月23日 多做有益的东西 12月24日 慈善的事一直在做 12月25日 现实和虚拟 12月26日 杜绝未成年人 12月27日 传统思想 12月28日 虚名和实利 12月29日 假如一无所有 12月30日 捐款 12月31日 从“巨人归来”到“巨人做大”

<<天天遇见史玉柱>>

章节摘录

我觉得还是给我们的员工搭好事业舞台，让他们把能量发挥出来。

一个人在一个公司主要追求两点：一个是基本需求，待遇，能让自己生活得更好一点，第二个就是个人的自我价值能够得到实现。

如果后面一点做好了，我相信这次上市之后，我们的人才不会流失。

刚做这家公司的时候，同行、业内对我们都看不起，到现在我们已经成为这个行业内市值第一大的公司了，大家精神上还是非常开心的。

然后在待遇上，我们给所有的骨干、所有的研发人员发了期权，上市后他们马上就可以衡量出来他们期权的价值。

我们现在一下子诞生了21个亿万富翁，还有近200个百万以上的富翁，大家可以改善自己的生活。

——2007年11月18日接受《南方都市报》采访 深度剖析： 每个人都有表现欲。

史玉柱曾说在创业初期公司的股份不能下放，否则会造成企业核心凝聚力不够的现象，拥有股份的人总想在整个企业中说话占有绝对的分量，最终导致个人利益不能服从企业集体利益。

可是在公司做大后，史玉柱则表示可以下放权利，这样可以充分激发员工的热情，股份换做金钱就会变成一笔不小的资金。

史式箴言： 为员工搭好舞台，激发员工潜力。

6月13日 团队的价值 “巨人”上市最大的体会就是，投资人关心的是这个公司到底有多大的价值。

过去好像自己的很多观点有可能是不对的，现在我接触了100个基金，这跟之前的评判标准有些不一样。

比如，我们中国股民看股票往往看你公司去年赚了多少钱，今年赚了多少钱，这个看得多一点。

我跟基金接触，他们根本不管你去年钱赚钱没赚钱，赚了多少钱，今年赚了多少钱他们也不管，他们最终就关心两个：第一，你的团体值不值得我去出资；第二，你明年后年能赚多少钱。

<<天天遇见史玉柱>>

编辑推荐

史玉柱的商业思想和传奇人生令无数读者关注。他可以在遭遇事业失败的打击时重铸信心，他可以让自己的每个产品都成为业界经典的营销案例，他可以一直保持自己在营销江湖的大佬地位..... 《天天遇见史玉柱》按照一年12个月、365天、每天一讲的形式进行编排，一天讲述一个史玉柱的精彩观点，以精炼的语言对史玉柱的商业思想进行系统的梳理。通过阅读《天天遇见史玉柱》，读者可以全面了解史玉柱。

<<天天遇见史玉柱>>

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:<http://www.tushu007.com>