

<<百事挑战>>

图书基本信息

书名：<<百事挑战>>

13位ISBN编号：9787111229698

10位ISBN编号：711122969X

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业

作者：卡培尔

页数：257

译者：林祝君

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>

<<百事挑战>>

内容概要

1939年，百事可乐的销售额为487万美元，而可口可乐的销售额为12800万美元。

差距如此悬殊的两个企业怎么可能成为竞争对手？

百事可乐又是如何成为可口可乐最难对付的挑战者的？

当我们读完本书，自然就能从中找到答案：不怕做不到，只怕想不到；只要敢想、敢干，一切皆有可能。

本书不仅仅是一本讲述企业如何从利基市场入手做强、做大，成为真正挑战者的商业图书，更是一部通过讲述黑人销售员传奇般的故事和人生奋斗历程，激人奋进、发人深省的励志图书。

本书适合以下读者阅读：——可以从百事公司身上借鉴企业成长的策略、企业壮大的经验；——可以从百事销售团队成员身上学会怎样在逆境中成长、怎样在挫折面前正视现实，怎样通过教育实现梦想、获得成功；——可以从百事销售团队成员那里学会如何创造性地开展工作，如何利用有限的资源发掘广阔的市场。

<<百事挑战>>

作者简介

斯蒂芬妮·卡培尔 (Stephanie Capparell)，她从1990年起一直在《华尔街日报》工作。身兼编辑之外，她还是一名作家，著有《百事挑战》《沙克尔顿艺术之路》等书。她在波士顿大学和哥伦比亚大学取得学位证书，现居于纽约。

书籍目录

译者序 引言 第1章 通向利润之路 第2章 黑色、白色和绿色 第3章 黑人市场有多大 第4章 各自领域的领导 第5章 有色商贩 第6章 可乐颜色大战 第7章 对于门槛的态度 第8章 跨越门槛 结语 致谢 参考书目

<<百事挑战>>

章节摘录

第1章 通向利润之路：是“嘴上抹糖”、取悦大众的时候了。

沃尔特·麦克，是百事可乐公司20世纪40年代时的总裁。

他精明能干，其时，他的名字已经成了百事公司的代名词。

在为公司员工摇旗呐喊时，他喜欢用“sugar up”（迎合奉承）一词，而不是别人常用的“butter up”（亦是迎合奉承之意）一词，究其根源，是因为他对“sugar”（糖）一词情有独钟。

他对食糖的痴迷，可以追溯到第二次世界大战期间：当时，政府对食糖采取的严格的定量供应政策，差点儿将他的软饮料公司扼杀于襁褓之中。

这期间，他逐步练就了一项囤积食糖的非凡技艺，公司这才得以存活下来。

他冒着被政府重罚的危险，找遍半个地球，来搜寻食糖这种奇缺原料。

1949年的一个晚上，麦克在纽约的沃尔道夫—阿斯托里亚（Waldorf - Astoria）酒店的豪华舞厅，大摆宴席，招待公司500个特许经营企业中的员工代表及其家属。

可是，大家心情并不愉快。

尽管公司通过1948年的夏季热销，达到了一个小的销售高潮，然而，公司全年的净收入仅有315万美元，还不及去年收入的一半。

1949年的《商业周刊》报道说：“百事可乐公司濒临破产，却依旧竭尽全力，维持公司运营。

”公司利润不断遭受挤压，生产成本不断上升是其根源。

20世纪40年代即将结束之际，那些运营还算良好的企业开始认识到战后复苏的可能。

美国人心中又萌生了享受生活的念头，他们开始花钱购买奢侈品，高档用品也慢慢进入大众市场。

麦克也一直在考虑他必须重新塑造百事可乐的形象，以适应时代的变化。

尽管百事可乐已经不再是严格意义上的5美分饮料，但它仍然是一幅廉价饮品的形象。

这种廉价形象曾使它在大萧条暑期一度非常成功，同时，百事仍旧一如既往，深受劳工、年轻人和美国黑人的喜爱。

.....

<<百事挑战>>

编辑推荐

卖掉的，决不仅仅是产品，改变的，决不仅仅是个体；在一片白与黑的世界中，百事开创了它的蓝海。

个人的发展，离不开挑战自我的胆识；企业的发展，离不开挑战对手的勇气；社会的进步，离不开敢于挑战现实的人。

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>