

<<戴尔的七堂营销课>>

图书基本信息

书名：<<戴尔的七堂营销课>>

13位ISBN编号：9787113077013

10位ISBN编号：7113077013

出版时间：2007-1

出版时间：中国铁道

作者：黄江伟

页数：123

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>

## <<戴尔的七堂营销课>>

### 内容概要

不管科技的进步如何日新月异，也不管人们的交流方式有多大的变化，商业最核心的部分依然是关注顾客的需求。

你越是了解你的顾客，你就越能更好地为他们服务，你的企业就越能在全全球屹立不倒。

18岁的迈克尔？

戴尔，深刻地理解了这一点。

他一手组建的戴尔公司以1000美元起家，于短短的8年间就发展成为全球500强企业。

正如杰克·韦尔奇所说：“没有谁能将成本、质量和服务的杠杆拉低到戴尔的程度。

”那么，戴尔的营销到底有何秘诀呢？

戴尔的全球化战略又是怎样的呢？

他的成长经历能带给我们什么？

本书将为你揭开戴尔公司赢得顾客、建立先进的营销与服务系统等核心竞争力的秘密，解析其发展与扩展的不二法宝：  
发现市场的空缺    客户为尊    打造企业文化的利刃    成功的库存管理  
敏捷的供应链    与众不同的竞争策略    网络直销与全球化之路

## <<戴尔的七堂营销课>>

### 作者简介

黄江伟，著名营销策划、品牌管理专家；中国品牌研究院等机构高级顾问；浙商研究会、《中国商业评论》、等机构特约研究员；宁波职业经理人协会副会长兼营销分会会长、宁波民或企业研究中心首席专家；多家全国知名企业营销、管理顾问。

先后荣获2004年中国杰出营销奖、2004年中国创新企业营销奖、中国广告人2004案例金奖、中国企业文化建设特等奖、2006年中国十大营销案例、中国家电业十大最具价值的新闻发言人、2006年长三角十大杰出策划人等。

已出版《竞争：就是要让对手无法安睡》、《渠道为王》、《中国企业新产品营销》等著作，《竞争》一书入编“浙江民营企业家培训基地系列教程”。

## <<戴尔的七堂营销课>>

### 书籍目录

第一课 发现直销的魅力 最初的冒险 发现商机无限 计算机直销的先驱 从直销开始,起步——腾飞  
发挥直销的优势 建立自己的直销模式 最佳的直销服务  
第二课 客户为尊 生产顾客需要的产品 为计算机“出诊” 取悦每一位顾客 沉默不再是金 成为顾客的最佳拍档 与顾客心心相印 和顾客一起成长  
第三课 解析企业文化 不断地自我超越 善于捕获千里马 戴尔需要你们 让员工抱成一团 冒险与创新 融“小我”于“大我” 永远追求更好  
第四课 成功管理库存 创造“零”库存神话 大规模定制的浪潮 以信息代替库存 完善的库存供应链 让效率更高一些  
第五课 结成企业联盟 挑战传统 拣最甜的那块下手 “挟”顾客以“令”商 挑剔的“顾客” 同进退共损益 技术研发联盟 虚拟整合  
第六课 与众不同的竞争策略 价格杀手 出奇制胜的推广战略 与惠普的营销战 遭遇联想 适应竞争环境 顾客区隔化  
第七课 网络直销与全球化之路 [www.dell.com](http://www.dell.com) 新的空间 竞争力的延伸 给大脑来次风暴 问鼎亚太市场 不停息的脚步

## <<戴尔的七堂营销课>>

### 章节摘录

从创新模式中思考容纳咨询顾问机构董事长 蒋云飞戴尔的成长是个奇迹，20多年的时间从1 000美元成长为世界500强企业，无论有多少客观因素或者多少偶然，我们都不能否定的是戴尔的领导和这个团队天才般的创造力。

而在这当中，戴乐创新的直销模式更是值得称道！

走先人走过的路毕竟有经验可循，而走创新之路需要勇气、更需要智慧。

戴尔模式，是一个成功企业的成功营销实践，我们在佩服其智慧的同时，更加欣赏他的勇气。

中国市场是一个千差万别的市场，改革开放以来，中国各个领域的经济快速发展，使我们这个国度充满了商业机会。

在市场经济已经越来越成熟的今天，在以营销为导向的发展战略被越来越多的企业认知的今天，我们有必要去思考，中国企业的创新营销模式在哪里？

在过去数年的职业生涯中，由于从事营销管理咨询的缘故，我有幸能深度接触国内外诸多优秀的企业，包括青岛啤酒、伊利、海尔等国内的优秀企业，也包括瑞典利乐这样的世界500强企业。

在这段历程中，我能够更清晰地看到这些优秀企业的诸多营销战略的实施，甚至很多时候，能有幸参与到这个实践中去。

而在其中，我发现了很多东西，比如企业家的勇气、企业人的动力和企业成功的基因。

失败不是偶然，成功不是必然，每个快速发展而又健康的企业的成就都有着诸多理由。

企业失败的思考值得我们警醒，而更加有必要的是对企业成功的要素加以借鉴，这同样能带给我们方法和经验。

戴尔的成功，表象上我们可以理解成核心来自于直销模式创立的成功，事实上，戴尔的成功首先来自于观念的成功。

这正是以客户需求为根本出发点，从服务客户的角度出发，在满足客户需求的基础上而采用的创新服务模式。

一切从客户的需求为根本出发点，这就是戴尔直销模式成功的根源。

因为为客户提供独特和丰富的价值，才能被消费者接受，这是一切创新的基础和原点。

作者在《戴尔的七堂营销课》中详细解析了戴尔的理念，以及各个阶段所采用的诸多战术细节，其中也有很多是他深透的思考。

作者非常全面地透视了戴尔的成长轨迹及各个阶段的策略，这种思考必然对中国诸多成长中的企业具有借鉴意义。

这不仅仅是指来自于营销模式和手段及方法、经验等思考，更是理念的改变。

我相信，本书能够带给我们这些观念和思考，也必然能促进许多企业的营销成长。

今天，我们需要更多有勇气的企业家，在各个领域中本着服务消费者的角度，进行更伟大的营销创新，来成就中国更多优秀的企业。

这是我们所有企业经营者和营销模式的研究者所期待的！

<<戴尔的七堂营销课>>

编辑推荐

《戴尔的七堂营销课》由中国铁道出版社出版。

<<戴尔的七堂营销课>>

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>