

<<超越竞争的不二法门>>

图书基本信息

书名：<<超越竞争的不二法门>>

13位ISBN编号：9787113094980

10位ISBN编号：7113094988

出版时间：2009-1

出版时间：中国铁道出版社

作者：郭汉尧

页数：106

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>

## <<超越竞争的不二法门>>

### 前言

狄更斯在《双城记》的开端说：“这是最好的时代，也是最坏的时代；这是智慧的时代，也是愚蠢的时代：这是信仰的时代，也是怀疑的时代。

”而我们认为，这是一个正经历着前所未有变革的梦想时代，也是经典商业思想层出不穷、锐意创新的时代。

每年都有数以万计的商业图书出版问世。

可是，只有那些真正称得上经典的商业著作，才能在我们掩卷之后，对我们的经营管理产生深刻的影响，并以它们所承载的商业理念，继续改变着我们的事业和生活。

那么，在时间如此宝贵的今天，我们如何才能从浩瀚的文字海洋里吸取到最经典的商业思想？如何才能把那些

## <<超越竞争的不二法门>>

### 内容概要

任何企业都想获得永久的利润，当然也就避免不了竞争。

在竞争日趋激烈的市场上，寻求持久的、稳定性的增长是一件非常困难的事情。

当我们身陷激烈的竞争中时，就不存在任何的赢家，因为硬碰硬的竞争只会使相关的企业陷入血腥的“红海”中。

而流连于“红海”的竞争之中，企业就越来越难以达到未来利润增长的目标。

“红海”的对立面就是“蓝海”。

如何避开“红海”，开创“蓝海”？

开创“蓝海”的关键是什么？

W·钱·金和勒妮·莫博涅教授提出的“蓝海战略”，解答了以上所提出的一系列问题。

从此，在世界范围内掀起了寻找“蓝海”、开创“蓝海”的热潮。

作为图解世界商业经典系列当中非常重要的一册——《超越竞争的不二法门》的目的就是要为读者剖析“蓝海战略”的基本思想和指导策略，并辅以清晰的图表和浅显的文字说明。

相信，只要看了这本书，你就能够迅速掌握“蓝海战略”的精髓。

## <<超越竞争的不二法门>>

### 作者简介

郭汉尧，三眼国际创意文化传播机构签约专家。

战派品牌营销策划专家、中国品牌落地先行者、成长型企业品牌运营专家、《销售与市场》杂志社营销团专家、资深经销商培训专家、金牌销售培训师、金牌店长培训师、实操型培训讲师。

郭汉尧系资深营销管理专家，多家成长型企业品牌营销顾问，担任品牌企业、管理咨询顾问机构，品牌营销策划机构职业经理人12年，拥有丰富的营销管理实战经验。现为九洲同行品牌营销策划机构领军人物、中国企业联合会特聘讲师、深圳聚成华企特约讲师、奇安达品牌营销顾问、终端学院院长、贵派企业品牌营销顾问、营销学院院长等多项职务。

## &lt;&lt;超越竞争的不二法门&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 认识“蓝海”——何谓蓝海战略 1.1 蓝海战略的提倡者和引发的争议 1.2 蓝海战略的基本思想 1.3 摆脱竞争, 创造新增长 1.4 超越竞争, 关心顾客 1.5 不要把精力放在击败竞争对手上 1.6 竞争到底有没有价值 1.7 迈克尔·波特的竞争战略 1.8 蓝海战略的基石 1.9 价值创新不同于科技创新 1.10 开创蓝海是痛苦的第2章 开创蓝海——蓝海战略得以实施的工具和手段 2.1 战略布局图 2.2 价值曲线 2.3 四步动作框架 2.4 四步动作框架的具体运用 2.5 执行矩阵图 2.6 什么是好战略 2.7 价值曲线深度分析(上) 2.8 价值曲线深度分析(下) 第3章 寻找蓝海——蓝海战略需要重建市场边界 3.1 重建市场边界 3.2 替代性行业 3.3 相同行业的不同战略类型 3.4 从客户链的角度思考问题 3.5 互补产品或者服务 3.6 功能性和情感性诉求的相互转换 3.7 不只看现在, 要看未来 第4章 制定蓝海战略——关注全景, 超越现有需求 4.1 制定战略, 规划全景 4.2 蓝海战略的四个步骤 4.3 分享你的战略布局图 4.4 最大限度地扩大蓝海领域 4.5 非客户的三个层次 4.6 将非客户转化成客户 4.7 争取效益的最大化 第5章 改变游戏规则, 构建商业模式——从商业模式的角度构建蓝海战略 5.1 商业模式才是根本 5.2 考虑并分析商品或服务的效用 5.3 买方的效用障碍 5.4 买方效益图 5.5 价格设定的策略和方法 5.6 从价格的角度导入成本 5.7 商业模式的实施障碍 5.8 蓝海创意指标 第6章 实践蓝海——蓝海策略的实施与执行细节 6.1 蓝海战略实施的注意要点 ..... 第7章 总结蓝海——让蓝海战略持久弥新, 基业长青

## <<超越竞争的不二法门>>

### 章节摘录

第1章 认识“蓝海”——何谓蓝海战略 蓝海战略的提倡者和引发的争议 蓝海战略的基本思想 摆脱竞争，创造新增长 超越竞争，关心顾客 不要把精力放在击败竞争对手上 竞争到底有没有价值 迈克尔·波特的竞争战略 蓝海战略的基石 价值创新不同于科技创新 开创蓝海是痛苦的 1.1 蓝海战略的提倡者和引发的争议 蓝海战略是最近几年最为流行的商业思想之一。

那么，提倡者是谁呢？

它是如何产生的？

在本章的开头，我们先带领大家来了解一下这两个问题。

1.1.1 提倡者

## <<超越竞争的不二法门>>

### 媒体关注与评论

在竞争激烈的红海领域，已知成分多，未知成分少，制胜关键在逻辑，多算胜，少算不胜，无算则一败涂地。

在有待开辟的蓝海领域，未知成分多，已知成分少，制胜关键在直觉，先觉胜，后觉不胜，不觉则望尘莫及。

——蒙牛集团董事局主席 牛根生            很多人最近一直讲蓝海战略很好，蓝海主要是说怎么找到它。

每个行业都会存在属于它独特的蓝海，而要找找到蓝海有三个词语：一个是专业的洞察力；第二个用怀疑主义的眼光；第三是颠覆性的思考。

——分众传媒董事局主席 江南春            每个人创业的时候都有一个美好的前景：红海、黑海、

## <<超越竞争的不二法门>>

### 编辑推荐

只要看了《超越竞争的不二法门》，你就能够迅速掌握“蓝海战略”的精髓。  
任何企业都想获得永久的利润，当然也就避免不了竞争。  
如何避开“红海”，开创“蓝海”？  
开创“蓝海”的关键是什么？  
W·钱·金和勒妮·莫博涅教授提出的“蓝海战略”，解答了以上所提出的一系列问题。



<<超越竞争的不二法门>>

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>