

图书基本信息

书名：<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

13位ISBN编号：9787218027425

10位ISBN编号：7218027423

出版时间：1998-03

出版时间：广东人民出版社

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>

书籍目录

目录

- 第六章 创意思维 旋转脑瓜路路通
- 6 - 1下一世纪人类及其商界到底比什么
 - 6 - 2创新的世纪要求创新的企业家
 - 6 - 3创新思维决定创业人的“金品位”
 - 6 - 4经商大智慧与“财富眼”
 - 6 - 5训练“财富眼”关键在于使用知识
 - 6 - 6创新之心与稀缺资源
 - 6 - 7开发、培养创新之心
 - 6 - 8车辐散射与创新之心
 - 6 - 9物元交合与创新之心
 - 6 - 10分拆、重组物元与创新之心
 - 6 - 11创新之心应谨守物元交合五原则
 - 6 - 12移花接木可以滋润创新之心
 - 6 - 13逆向思维导引创新之心
 - 6 - 14创新之心不应满足于一两种答案
 - 6 - 15人无我有，人有我新的秘诀
 - 6 - 16发散思维与创新的触角
 - 6 - 17巧用关联度进行创造性思维
 - 6 - 18多维信息交合可以导出无数新答案
 - 6 - 19多维信息交合法的实施方法
 - 6 - 20细寻缺点巧利用，创新之心更奇新
 - 6 - 21勤换角度，不断出新
 - 6 - 22养育“创新之心”的方向
 - 6 - 23文化、商事巧嫁接，创新商路无难事
 - 6 - 24利用偶然发现也创新
 - 6 - 25黄金思维与智囊团
 - 6 - 26用活的人脑，倍增创新之心
 - 6 - 27创新之心也可以用钱买 聘用商海智囊
 - 6 - 28智慧商品最能卖出大价钱
 - 6 - 29为“食脑”时代开路法之一
 - 6 - 30为“食脑”时代开路法之二
 - 6 - 31为“食脑”时代开路法之三
 - 6 - 32创新潜力还要靠自己挖掘
 - 6 - 33思维日日新，穷人变富翁
 - 6 - 34针对怪现象，创意出怪招
 - 6 - 35换个方式便创新
 - 6 - 36“桶板效应”与脱颖而出竞争术
 - 6 - 37信心是不断出新的源头活水
 - 6 - 38创造性人才必备的性格、特点
 - 6 - 39成功企业家必须拥有的心理素质
 - 6 - 40以物易物 返璞归真
- 第七章 创新产品 抓住源头活水来
- 7 - 1企业拓展与产品开发之道
 - 7 - 2从不满中寻找产品创新思路

<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

- 7 - 3发掘旧物中的潜在功能也等于创新
- 7 - 4多装点杂七杂八的知识更有利于创新
- 7 - 5十岁小人儿, 创新成富翁
- 7 - 6加点什么, 感觉就是不一样
- 7 - 7简单组合也可以创新产品
- 7 - 8将两物优点巧组合就能赚大钱
- 7 - 9多路思考, 举一反三
- 7 - 10延伸、挖潜、再开发
- 7 - 11顺藤摸出一串瓜
- 7 - 12引进、改良、推陈出新
- 7 - 13依附法则, 配套出新
- 7 - 14反向思考求同出新法
- 7 - 15粗品变精自挖潜力出新法
- 7 - 16吐故纳新出新法
- 7 - 17模仿借光出新法
- 7 - 18利用废物出新法
- 7 - 19废纸出新面面观
- 7 - 20废物杂交, 效益更高
- 7 - 21“偷”字更能出奇迹
- 7 - 22产品裂变招招鲜
- 7 - 23功能附加创新法
- 7 - 24博采众长, 替代移用出新法
- 7 - 25利用缺点、错误生财法
- 7 - 26先发散再综合创新法
- 7 - 27日常商品创新实例
- 1.废旧家具再利用
- 2.包装泡塑的再利用
- 3.香烟头再利用
- 4.电脑垃圾再变宝
- 5.手提电脑传真多用机
- 6.精制故事、笑话 演讲光盘或录音带
- 7.出售自然之声
- 8.语言时钟
- 9.BP机的新效用
- 10.将一般台历变出新花样
- 11.新潮多姿镇纸
- 12.办公室实用工艺品
- 13.鸡毛扫塑料花
- 14.人造花的变异
- 15.茶杯的进一步改进
- 16.烟灰缸的新设计
- 17.活用电吹风
- 18.领带的花样翻新
- 19.集装移动房
- 20.低成本彩色玻璃
- 21.锁(门)匙的变革
- 22.生产无线耳塞将大受欢迎

- 23.改进礼品包装纸
- 24.小小铅笔能做大文章
- 25.活页、组合、盒装书
- 26.带电脑磁盘的图书
- 27.制造名片收藏价值
- 28.让平常人走上挂历
- 29.创新产品与市场
- 30.创新产品与创造“上帝”
- 31.“好想有台傻瓜型电脑”
- 第八章 扯旗造势 不用四两拨千斤
 - 8 - 1扯旗造势才能成大事
 - 8 - 2借内力显优势
 - 8 - 3势能可以互换
 - 8 - 4借外力造势能
 - 8 - 5“请银行为我造势
 - 8 - 6借钱造势的大富豪
 - 8 - 7共享卓越巧造势
 - 8 - 8空手也可以造大势
 - 8 - 9空手造势技法一
 - 8 - 10空手造势技法二
 - 8 - 11空手造势技法三
 - 8 - 12空手造势技法四
 - 8 - 13空手造势技法五
 - 8 - 14空手造势技法六
 - 8 - 15空手造势技法七
 - 8 - 16空手造势技法八
 - 8 - 17借得巨人肩膀来起跳
 - 8 - 18巧借精英脑袋成大事
 - 8 - 19思想“和氏璧”琢好也成势
 - 8 - 20巧借名人来助势
 - 8 - 21制造名人势更强
 - 8 - 22办个名人村，借势扬我名
 - 8 - 23说说造势中的文化味
 - 8 - 24名酒、名画、名票也助势
 - 8 - 25挖掘国粹文化易成势
 - 8 - 26文化名胜成就大势
 - 8 - 27借历史大名造新势
 - 8 - 28取得巧名自成势
 - 8 - 29编个故事助商势
 - 8 - 30商品艺术化，造势效果佳
 - 8 - 31生肖文化最放光华
 - 8 - 32“名”文化更易于造大势
 - 8 - 33再来点名文化与高科技
 - 8 - 34细造花儿敬“神佛”
 - 8 - 35最好能为企业“镀点金”
 - 8 - 36敢请一流“脑袋”做大势
 - 8 - 37现金收买好点子

- 8 - 38制造新闻，引发势能
- 8 - 39制造势能“水定律”
- 8 - 40瞄准需要巧进攻
- 8 - 41以假乱真造“需求”
- 第九章 巧处公关 善用杠杆转地球
- 9 - 1抓住八大良机树形象
- 9 - 2宣传公关要“食脑”
- 9 - 3传媒卖瓜与王婆吱喳
- 9 - 4给刺激，“造胃口”，引发轰动
- 9 - 5反面做文章更能出“奇”果
- 9 - 6故事广告流传广
- 9 - 7宣传公关当戒的五种倾向
- 9 - 8危难时更要主动公关
- 9 - 9化解危机要靠好策划
- 9 - 10出了“官司”也能搞公关
- 9 - 11牢记公关“二五”定律
- 9 - 12“新、奇、特”广告动人心
- 9 - 13“攀龙附凤”广告法
- 9 - 14“新、奇、特”广告之一
- 9 - 15“新、奇、特”广告之二
- 9 - 16“新、奇、特”广告之三
- 9 - 17可以“轰动”的广告
- 9 - 18曲线、间接广告
- 9 - 19厕所广告有“奇香”
- 9 - 20广告用语贵在“奇”
- 9 - 21购物导报，隐性广告
- 9 - 22“起死回生”广告信
- 9 - 23广告信函的由来
- 9 - 24广告信函的优点
- 9 - 25广告信函的代理
- 9 - 26关于广告信函的创意
- 9 - 27广告借光跑得远
- 9 - 28包装也广告，最讲情与意
- 9 - 29百事可乐传情达意到家庭
- 9 - 30通过对比巧销法
- 9 - 31巧设对比强促销
- 9 - 32消费者的感觉决定促销手段
- 9 - 33“晕轮效应”利促销
- 9 - 34利用消费者的“占有欲”
- 9 - 35为上帝制造得宠之“感性”
- 9 - 36要促销必须巧定位
- 9 - 37火力攻占与人情分割市场法
- 9 - 38“需要”是促销的关键点
- 9 - 39满足“雨中需要”也促销
- 9 - 40引客回头有绝招
- 9 - 41经典促销奇招
- 9 - 42摔破茅台得金奖 赋诗杜康日本俏

9 - 43热门商品搞特价

第十章 智囊聚会 创意策划满地钞

10 - 1广州×××商务咨询服务中心的策划案

10 - 2智达连锁书屋策划案实施文本

10 - 3创办“发烧友音响有限公司”策划案

10 - 4隆重推出“真自然”木壳手表策划案

10 - 5联手创设“赛奔腾教学专用电脑”策划案

10 - 6职技培训，热门项目

10 - 7创办××电脑培训中心操作方案

10 - 8创办《招工大全》大型刊物项目构想

10 - 9集邮品专业市场策划思路

10 - 10L记者与“黄金脑智囊群”主持人对话录

10 - 11创意策划就是要无中生有，空手发大财

10 - 12刘备与孔明分手单干谁也成不了大气候

10 - 13成功人士与创意思维

10 - 14请留意新世纪最能赚钱的九个行业

10 - 15“黄金脑智囊群”很希望帮有心创业之人早日

走上致富路

编后记

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>