

<<中小企业快速成长之道>>

图书基本信息

书名：<<中小企业快速成长之道>>

13位ISBN编号：9787301107317

10位ISBN编号：7301107315

出版时间：2006-6

出版时间：北京大学出版社

作者：孙先红

页数：144

字数：100000

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>

<<中小企业快速成长之道>>

内容概要

本书用大量鲜活、生动、真实的案例释了我国中小企业如何快速、健康成长的有效途径。这些案例有的来自以蒙牛为代表的我国一些优秀企业快速成长的经验，有的来自作者作为我国知名的策划人和企业从事企业管理和咨询服务的实操经验以及其所服务的企业客户的第一手资料。其中没有深奥的道理，都是来自于一线实践，是经过检验的企业真经；有些观点，可谓一字千金，经过您的活学活用，能为您创造数十万乃至千百万的价值。

本书共七章，分别是“胸怀祖国，放眼世界”的大市场营销战略、“重在支配，不求拥有”的社会资源整合观、“虚拟卖方，模式经营”的原始积累定律、“抢占心智，定位品牌”的竞争优势原理、强烈的广告宣传意识、企业文化也是生产力、思路决定出路。

全书图文并茂，通俗易懂，读后掩卷而思，获益良多。

本书适合于企业高层团队、营销经理人、广告经理人以及其他有意创业的读者阅读。

<<中小企业快速成长之道>>

作者简介

孙先红，蒙牛乳业发起人之一，内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司董事，中国航天基金会及中央电视台策划顾问，中国十大杰出营销经理人，中国十大策划专家，中国十大营销操盘手，中国先行品牌策略机构顾问。

他为蒙牛乳业提出了创第二品牌、建中国乳者的战略营销思想，并以蒙牛就是

<<中小企业快速成长之道>>

书籍目录

序言第一章 “胸怀祖国，放眼世界”的大市场营销战略 战略决定一切 做全国市场 “强”与“大”的辩证法 人才不求最好，但求适用第二章 “重在支配，不求拥有”的社会资源整合观 企业家要有整合资源的思维和方法 整合是互利共赢 虚拟卖方市场理论 推拉结合第三章 “虚拟卖方，模式经营”的原始积累定律 虚拟卖方卖未来 消费者心智资源 消费者定位与消费者心智阶梯 不同企业虚拟市场的模式化经营第四章 “抢占心智，定位品牌”的竞争优势原理 营销消费者内心资源 和消费者真诚沟通 换个品牌天地宽 消费者的品牌分类——自我满足和满足别人 经营品牌就是经营消费者认同第五章 强烈的广告宣传意识 长不大的孩子——企业不重视宣传的结果 强调宣传意识的四种观点第六章 企业文化也是生产力 企业的快速成长需要优秀的企业文化 靠制度养成文明习惯 没有任何借口的执行力 文化 情感双轮驱动——刚柔相济第七章 思路决定出路 “人有多大胆，地有多大产”的大市场 “人人为我，我为人人”的整合观 抢占消费者的心智资源 顾客价值原则是营销的核心

<<中小企业快速成长之道>>

媒体关注与评论

这里说的不是教要式的管理，而是想证明在特定的条件下——“人有多大胆，地有多大产”是可以做到的；这里写的不是传统的管理方式，而是演绎了一个简单的数字公式——一加十、十加百、百加千千万；这里使您茅塞顿开的是一个真实客观的案例——既是思想的胆识，也是行动的见识。

写这本书，其实就是想和大家一起交流在企业经营过程中的思想方式和行为模式，我们的体会是，做管理（营销）的人千万不要迷信任何专家，也不要太迷信书本。

谁是我们最好的老师？

消费者；谁是我们最好的专家？

还是消费者。

唯有消费者，才是我们学习的对象和崇拜的偶像。

离消费者越近的经理人越优秀，离市场越近的企业越杰出。

心有多在，舞台就有多大，而我们的目标是超越舞台。

继畅销书《蒙牛内幕》之后的又一力作！

《蒙牛内幕》告诉您一个企业成功的哲学，而本书旨在揭示中小企业快速健康成长的秘密。也许您的企业就是下一个蒙牛、小肥羊，下一个成长冠军！

<<中小企业快速成长之道>>

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>