第一图书网, tushu007.com

<<重启策略>>

图书基本信息

书名：<<重启策略>>

13位ISBN编号：9787302221708

10位ISBN编号：7302221707

出版时间：2010-4

出版时间：清华大学出版社

作者：王菌

页数：196

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

看着多年经营的事业逐渐枯萎，你的心中是否充满了焦虑、恐惧和不安？
怎样才能在混乱、复杂、低迷的环境中调整和生存呢？
弱小的企业如何重新站起并走向卓越呢？
基于现状和未来，你最好回归基本面重视消费者。
　　本书将前沿营销理论和方法与本土市场经验相结合，深入、实效、具体地分析了企业的病症和误区，为雄心勃勃的企业家点亮突围方向，指导企业变革和创新，从根本上解决企业面临的困惑和障碍。
如果你渴望在经济寒冬下了解经营之道，渴望找到发展的基石，不妨翻开本书寻求答案，或许能让你豁然开朗，找到最有效的营销战略。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王菌，毕业于清华大学，中国广告协会学术委员会委员，国内多家企业咨询顾问。
先后服务过乳业、汽车、酒业、药业、零售业、珠宝、餐饮、IT、化妆品等多个行业，接触过几十个品牌，有丰富的从业经验。

作者一直站在中国品牌营销的一线，长期观察、反思中国品牌的发展现状，致力于人性洞察、品牌营销、企业战略等方面的研究，在海内外各大媒体发表过几十篇学术文章，主张运用“人性+策略”营销中国市场，旨在用启迪性的智慧、实效性的策略帮助本土企业发展。
著有《品牌赢销中国》、《行销“她”世纪——女性市场攫金的奥秘》等。

<<重启策略>>

书籍目录

第一章 低迷市场对策—— 为什么你的企业停滞不前？
一、不是企业家不努力，而是环境已经变了 二、如何实现市场突破 三、关于市场突围的困惑与解析 四、从理解市场到策略执行 第二章 知人性者得天下—— 如何让消费者成为你的忠实粉丝？
一、为什么消费者对你不理不睬 二、换上消费者的脑袋思考 三、走近消费者的生活圈 四、换个视角挖掘消费需求 五、从源头上改善产品与服务 第三章 颠覆竞争的本质—— 战斗一开始就已经决定胜负了 一、改变错误的观念和做法 二、错不在市场嗅觉，而在于市场判断 三、任何时刻都需要维系企业生存的三大命脉 四、如何从一开始就避开竞争 第四章 破解品牌疲软的魔咒—— 市场低迷是品牌最佳的调整期 一、为什么谈品牌的人多，而做品牌的人少 二、如何让品牌魔力大放异彩 三、务实打造本土品牌的见解 第五章 把钱花在刀刃上—— 经济萧条如何发挥传播的力量
一、品牌传播为何吃力不讨好 二、如何引爆注意力经济 三、缺乏预算如何跟人拼 第六章 从“ 颠覆 ”到“ 蜕变 ”—— 靠什么方法更好地迎接市场春天 一、趁机打造虎狼之师 二、困难和崛起都应具备企业家精神 三、洞悉企业竞争制胜的根本之道 参考文献

章节摘录

有人对于回归人性和超越竞争的理论看似理解，但是心中难免出现疑虑，例如下文所述。

困惑一：金融危机背景下，关注消费者重要吗？

金融海啸袭击全球，各行各业都变得越来越不景气，许多经营者认为企业自救比关注消费者更重要，企业应该把主要精力放到其他领域。

持有这种意见的经营者一般是注重眼前困难，忽视了长远的发展。

当然，企业自救比什么都重要，惟有生存下来，才能拥有美好的明天，但我们不禁要问企业凭什么自救？

是缩减预算，不断裁员？

还是鼓动消费者买单，提高营业收入？

显然，企业缩减预算，不断裁员可以轻而易举就做到，但鼓动消费者买单是一项需要长期的、不断努力完善的功课。

我们并不能因为眼前的危机而忽视消费者，这样只会导致企业经营越来越不得要领。

困惑二：关注消费者和关注竞争对手变化哪个更重要？

许多人认为市场竞争应该以消费者为中心，只要不断满足消费者的需求，就可以赚个盆满钵满，如果把过多的精力花在竞争对手上，就会忽略消费者，渐渐陷入迷局。

这话有一定道理，但是我们不要忘记在物质短缺的过去，我们应该努力关注消费者的需求，不断满足消费者的需求。

可在如今这个产品过剩的年代，我们再去问消费者要什么，消费者只会说我哪里知道，等你把产品生产完，摆在消费者面前，消费者又会说，噢，这是我想要的。

所以许多企业逐渐明白消费者不是最佳的调查对象，那些销售员、产品设计师才是最佳的调查对象，他们站在市场一线，能直接了解消费者的需求以及各个竞争对手的差异，然后可以引导企业生产出最佳的产品。

所以，关注消费者需求和关注竞争对手变化同样重要。

媒体关注与评论

该书给我们的最大启示是：营销就是争夺消费者的脑和心，理智上信服，情感上偏爱。回归消费者，回归营销核心，一切眼花缭乱的技巧就变得不重要了。

——前TCL数码市场总监、易商务公司首席运营官 包文青

简便易行、快捷实用、触及根本，即为本书的特色。
作者通过多年的实践和研究，巧妙地将营销世界的“繁”化为“简”，这样一来，各个领域的营销人员和广告人士一方面可以从中看到一整套全新市场重启的实操体系，另一方面可以运用这些指导性的原则去重启或点亮市场突围之道。

——北京维思盛世品牌营销顾问有限公司 总经理兼首席策划 郑乾宏

在中国做企业，是件非常兴奋的事，充满着无限的可能，一个伟大的企业家，比以往任何时候，更需要各种综合的素质，他需要在管理，营销，品牌，文化等方面具备敏锐的洞察力，不断提升品性，修养，情趣去应对市场的挑战，这也是每一个向通往国际化的中国品牌的必经之路。
作者擅长于体系化汇总，流程化思维和其渊博的学识给予我很深的记忆。
本书再次展示了他在体系化方面的才能和勤奋，读这本书去培养我们的经商、情商和智商吧。

——上海杰信咨询有限公司合伙人、风格优势品牌管理学派创始人 芷维

多年来，作者一直从事品牌营销工作，本书是他的思考结晶，有着丰富内涵，是中小企业能在日益激烈竞争环境中脱颖而出的好帮手！

——北京方正春元科技发展有限公司 副总经理 朱玲

编辑推荐

如何紧密迎合消费者的需求？
如何颠覆营销模式避开竞争？
如何重新调整本土品牌战略？
如何把每一分钱花在刀刃上？
如何通过变革管理重获新生？
通过洞察、变革和行动，拥抱企业新生机！

第一图书网, tushu007.com

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