

<<非常策划>>

图书基本信息

书名：<<非常策划>>

13位ISBN编号：9787313041838

10位ISBN编号：7313041837

出版时间：2006-1

出版时间：上海交通大学

作者：廖金泽

页数：160

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>

<<非常策划>>

内容概要

非常，这个有些另类有些独特的词汇，正在成为企业经营管理中打破传统束缚、摆脱同质竞争、发挥独特个性、创造非凡成效的法宝、成为优秀者之所以优秀、成功者之所以成功的经典。非常的策划产生非常的效果，《非常策划：无与伦比的十种策划方法》从企业经营管理的十个主要方面入手，阐述了全新策划、有效创新的技巧和方法。

<<非常策划>>

作者简介

廖金泽，原名廖群，著名秘书训练专家、资深企业顾问。
祖籍台湾桃园。

具有二十年企业创办与运作传奇经历，积累了极为广泛和丰富的经验，近年来专心作学问和顾问，为企业、媒体和政府提供高层培训与咨询，曾在中国大陆多个城市举办过演讲，并应邀为深圳清华研究生院MBA论坛讲授专题课程，反响强烈。

现任多家企业高级顾问或独立董事。

其研究与咨询领域包括：职业规范、项目策划、系统改良、公司优化、股权激励、企业改制、资产重组、企业战略、企业问题解决方案、危机管理、区域经济、政府优化等。

其主要著作有：《怎样做高级秘书》、《怎样做现代老板》、《劳资双赢》、《秘书职业标准大全（一套八本）》、《女人一定要精彩》、《商业秘书课程》、《秘书万事通》、《商务万事通》、《礼仪万事通》、《公司优化》、《整合创造价值》、《危机应对》、《东山再起》、《为什么还要犯错误？

》、《男士风度》、《男色》、《女士风姿》、《女色》等。

<<非常策划>>

书籍目录

方法一 企业战略策划：有目标就有可能 一、企业目标策划 二、企业资源分析 三、战略方案分析 四、战略方案制订 五、战略方案实施 方法二 企业品牌策划：天下谁人不识君 一、品牌理念 二、品牌实质 三、品牌运作 方法三 创新能力策划：生命不息创新不止 一、创新的实质 二、创新的企业 三、创新的内容 四、创新的环境 五、创新的实施 方法四 资本运营策划：该出手时就出手 一、资本经营 二、并购策划 三、并购实施 四、并购风险 方法五 市场营销策划：一切为了市场 一、营销战略 二、产品上市 三、价格策划 四、员工管理 方法六 管理模式策划：用最有效模式打造最优秀团队 一、管理是什么 二、层次管理模式 三、目标管理模式 四、控制管理模式 五、制度管理模式 方法七 市场能力策划：适者生存 一、市场规模 二、市场优势 三、适应能力 方法八 项目运作策划：合适的才是最好的 一、项目选择 二、项目策划 三、项目决策 四、项目推广 方法九 企业融资策划：用天下人的钱办天下人的事 一、成功的融资策划 二、融资实施技巧 三、商业计划制作 方法十 企业竞争策划：没有竞争力就没有生命力 一、技术竞争 二、知识竞争 三、人才竞争 后记

<<非常策划>>

章节摘录

针对目标消费群 麦当劳的目标消费群是年轻人、儿童和家庭成员，这些人的特点是喜欢聚在一起凑热闹，因此，麦当劳在布点上着重选择人潮涌动、年轻人和儿童经常出没的地方。

着眼于明天的市场 麦当劳布点的一大原则是一定20年不变，保持生意上的长期稳定、持续发展，成为周边商圈中的一个旺点。

所以，麦当劳对每个点的选择都要通过三个月到六个月的考察，重点评估其是否符合该地的城市发展规划，是否在城市规划经线范围之内；是否具备发展前途的商业街或学校区、住宅区，是否今后有越来越多的市民会来光顾。

如果不符合上述要求，坚决不设点。

讲究醒目 麦当劳布点都选择在一楼或二楼的店堂，透过落地玻璃窗，让路人感受麦当劳的餐饮文化氛围，从而体现其经营宗旨，那就是：方便、安全、物有所值。

另外布点醒目，既便于顾客寻找，也能够吸引路人。

不急于求成 由于麦当劳的知名度和跨国公司的声誉，使麦当劳在黄金地段、黄金市口的定点经常遇到业主的刁难，当业主的要价超过麦当劳可以接受的心理价位时，麦当劳往往采取避实就虚的战略，先发展其他地方的网点，通过这些网点的成功来刺激和打动高价路段的业主，让他们感到引进麦当劳不仅有助于提高自己的身价，还可以带旺人气。

<<非常策划>>

编辑推荐

非常简单、非常策划、非常公关、非常激励、非常渠道、非常危机，这是企业经管中最敏感的也是决定成败的六个方面，对于广大企业经营管理者而言，从这套书中得到一些启发，因此而获益，关键在于：运用之妙，存乎一心。

<<非常策划>>

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>