

<<低成本为王>>

图书基本信息

书名：<<低成本为王>>

13位ISBN编号：9787501233335

10位ISBN编号：7501233330

出版时间：1970-1

出版时间：世界知识出版社

作者：赵为民，饶润平 著

页数：186

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>

<<低成本为王>>

内容概要

许多人都知道格兰仕的低成本战略。

如果按照“竞争战略之父”哈佛商学院迈克尔·波特教授提出的理论，低成本战略便是总成本领先战略。

波特虽然从理论上深刻阐述了总成本领先战略，但企业要成功地实施这一战略，还需要丰富的实践来加以创造和发挥。

本书系统地论述了在我国改革开放的历史变局中，格兰仕是怎样利用国内国外的大环境，依靠低成本战略迅速发展壮大，乃至成为全球首屈一指的“制造大王”的。

回首格兰仕的发展历程，可以发现任何一个企业如果要取得成功，首先便是要有个清晰明确的战略，然后在这一战略指导下，创建一个系统，这很关键。

光有战略，没有系统，战略便会没有成长之基；光有系统，没有战略，系统便会成为无本之木。

本书作者的高明之处，便在于通过透视格兰仕低成本战略的同时，还明确透彻地阐述了格兰仕的整个战略系统。

而这在众多有关格兰仕的书籍中，的确尚属首次；说到底，本书对格兰仕整个商业系统是一次大揭秘。

。

<<低成本为王>>

作者简介

赵为民，蓝博智业文化传播公司首席顾问，《中国冠军企业经典案例书系》总策划，担任过格兰仕集团新闻发言人。

早年从事财经报道，参与创办了《中国黄金报》及中国第一份智业周刊《智周刊》，潜心研究品牌的传播之道，是国内最早将“隐形冠军”理论导入企业实践的倡导者与建设者，辅导“中国隐形冠军”代言人、指甲钳大王梁伯强将小小指甲钳从2000万做到2个亿！

其培训风格通俗易懂、轻松幽默，善于用大白话讲大道理、用小故事讲大哲理、用流行语讲大管理，被业界称为“培训界的明星”！

饶润平，品牌策略、品牌文化专家，新闻方向硕士。

在TCL多媒体新兴业务市场中心、五叶神实业、高的广告等公司担任过高级文案主管、策划经理、策略总监等职位，主导过五叶神“文化传薪火，实干闯未来”品牌文化演绎、深圳建业集团“东方御花园”广告策略创意推广整体计划、烟草行业“中烟第四极”议程设置策划、上海仁爱医疗系新闻营销等多个项目。

现为羊城晚报集团《家具导刊》执行主编。

<<低成本为王>>

书籍目录

总序序前言第一章 低成本文化 第一节 细涪河上的涛声 第二节 “苦行僧”修行 第三节 基塘里的“轻资产思维” 第四节 益街坊里的商业平民主义 第五节 摸着石头过河的实干精神第二章 低成本战略 第一节 利基战略 第二节 价格尖刀战略 第三节 相关多元化战略 第四节 品牌地基战略 第五节 竞合战略第三章 低成本管理 第一节 文化仪式化 第二节 团队雁阵化 第三节 组织简单化 第四节 经理人志愿军化 第五节 沟通彻底化第四章 低成本供应链 第一节 向采购员要利润 第二节 向供应商要利润 第三节 向信息化要利润 第四节 向物流商要利润 第五节 向库存要利润第五章 低成本生产 第一节 目标管理 第二节 全面质量管理 第三节 精益生产 第四节 柔性管理第六章 低成本行销 第一节 产品挖潜 第二节 渠道挖潜第七章 低成本专播第八章 低成本创新后记附录

<<低成本为王>>

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>