

<<策动>>

图书基本信息

书名：<<策动>>

13位ISBN编号：9787501780068

10位ISBN编号：7501780064

出版时间：2007-4

出版时间：中国经济出版社

作者：张玉玺

页数：167

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>

## <<策动>>

### 内容概要

这是一个让人心动的时代。

海选和PK放大了成功的梦想，却不曾提高成功的比例；房价和油价涨破了心理的底线，却收罗了大量的“负翁”；SARS和禽流感吓住了人们的胆子，却唬不住大家的胃口；恐怖和核武器留住了出行的脚步，却狂野了出轨的心灵。

正是矛盾的时代，产生了太多机会，正是繁多的机会，稀释了太多资源，正是这诱人的机会和有限的资源，生发了“策动”。

阿基米德说：“给我一个支点，我能撬动地球”，“策动”，就是要架设这个以小博大的支点。

十年职业经理人生涯，让我深深理解企业对于策动的迫切需要；十年的管理和营销经验，让我深深明白市场对策动的热情反应；十年的思考和尝试，让我深深悟出策动的思想和方法；十年的成功与失败，让我觉得有责任、有冲动与所有企业人分享我的感悟与困惑。

<<策动>>

作者简介

张玉玺，硕士，中欧国际工商学院在读EMBA，高级经济师。  
中国高级销售工程师，北京国富经济研究院特约研究员，北京国富纵横管理咨询有限公司特约咨询师，第三届中国杰出营销人金鼎奖得主。  
1996年大学毕业投身企业，从业十年中，一直参与企业运营实战，曾先后在技术服务、人力资源、市场营销、区域管理、全面管理等岗位上供职，有多岗位工作经历，对企业经营发展有一定的体验与感悟。  
曾任内蒙古草原兴发股份有限公司副总经理。  
合著《活动策划》一书。

<<策动>>

书籍目录

序言第一章 策动概论以小搏大 策动先行何谓策动 策动何为三维理解 立体策略第二章 策人才以动事业管理永远以人为本 经理人还是经纪人 乔家大院：向大德兴学 管理事业是0，健康是1第三章 策资源以动产业从“第一”走向“唯一” 你的企业真的与时俱进了吗 盯住一只羊 紧追不要放 成功是失败之母第四章 策产品以动需求 产品与需求的“夫妻相” 管理要兼容并蓄，产品需个性鲜明 吻醒沉睡的公主 定位，找准你的生态位第五章 策模式以动市场 招商不要招伤 小平台就是大舞台 市场份额已经过时 直销经销联盟 多维网络发威第六章 策文化以动忠诚 用好文化“望远镜” 新旧营销大换防，Are you ready 变暴力营销为和谐营销第七章 策品牌以动心灵 精而传之，准而告知 谨防品牌“假想症” 产品保重，品牌保鲜 “3·15” 保护品牌和信誉 数字商业快品牌三大绝招第八章 策终端以动消费 情境终端把你请进 终端体验容易 营销难后 终端时代的迷茫后记

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>