

<<戴尔与联想>>

图书基本信息

书名：<<戴尔与联想>>

13位ISBN编号：9787504726735

10位ISBN编号：7504726737

出版时间：2007

出版时间：中国物资出版社

作者：梁惠玲

页数：231

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>

<<戴尔与联想>>

前言

在任何一个成熟的行业里，始终都会存在这样一个现象：一家企业是行业的龙头老大，另一家企业虽然整体实力和品牌知名度略逊一筹，但是其赶超步伐之快，大有后来者居上之势。

这样的两家巨头企业，一家为保持行业霸主的地位而努力向前，另一家为尽快赶超而奋起直追，在小到区域市场、大到世界各地为争夺更多“领地”而互不相让，“杀机”无限。

与此同时，人们发现，无论这种“对弈”是偶然的还是必然的，都已经悄悄地打开了某种经济运营规律的大门：正是这种刀光剑影的比试，促使对峙双方不断调整自身的经营体系，增强企业的综合竞争实力，并因此将其他竞争者远远地隔离在主要利润区之外，使强者共享“双赢”。

正因如此，后来者要进入这一行业，要站稳脚跟甚至超越行业数一数二的企业，除了要凭借后起之秀的锐气勇气，也不得不潜心学习、借鉴这些巨头企业的巅峰智慧。

从IT行业兴起至今，不到三十年的时间里，无数IT企业在这个惊心动魄的海洋中沉浮。

而世人公认的世界增长最快的电脑公司戴尔和连续数年蝉联中国IT业龙头老大的联想，无疑是众多IT企业的杰出典范。

作为世界IT行业最大的电脑直销商，戴尔俨然已经成为所有直销企业的典范，1984年迈克·戴尔赤手空拳创办戴尔电脑公司，到今天公司年销售额超过400亿美元，戴尔以不可阻挡的态势冲向了世界最佳IT公司的宝座。

<<戴尔与联想>>

内容概要

从IT行业兴起至今，不到三十年的时间里，无数IT企业在这个惊心动魄的海洋中沉浮。而世人公认的世界增长最快的电脑公司戴尔和连续数年蝉联中国IT业龙头老大的联想，无疑是众多IT企业的杰出典范。

戴尔和联想在IT行业里缔造了一个又一个的神话。

通过对它们进行深入和详细的分析，揭示了这两大IT巨头的成功之道。

<<戴尔与联想>>

书籍目录

第一章 戴尔法则与 联想思路 戴尔 法则一：直销 法则二：零库存 法则三：客户文化
 联想 思路一：百年梦想 思路二：连锁经营 思路三：人是核心 戴尔 大规模定制
 摒弃库存 与供应商结盟 与客户结盟 联想 多头代理 与代理商共享远景第二章 迅速崛起与摸索着起步 戴尔 聚焦电脑直销 先签单，后配货 远离赤字 联想 走“贸、工、技”之路 从“抢棒子”开始 紧跟业界最佳第三章 竞争法宝与制胜攻略 戴尔 从对手的弱点下手 比顾客更了解顾客 供应链一体化 联想 在跟踪中超越 有所为有所不为 优质低价第四章 抢滩互联网与挺进E时代 戴尔 打造www.dell.com 让客户免费上网 联想 入门网站FM-365 涉足IT服务业 员工家家配电脑第五章 世界直销之王与民族第一品牌 戴尔 量身定做产品 提供最佳的客户体验 广告遍布Internet 联想 形象推销工程 五星服务 “联想1+1”第六章 人贵如金与人力工厂 戴尔 寻找企业的MVP 终身学习制 用心沟通 联想 高校揽才计划 到处都是机会 多种激励并举第七章 效率管理与稳扎稳打 戴尔 奖罚分明的团队 内部治理机制 360度绩效考核法 联想 给公司设天条 不做火线抢险队员 循序渐进式创新第八章 大市场文化与孺子牛精神 戴尔 “获胜”文化 完美精神 远离等级制度 所有员工都是赢家 联想 重在行动 称谓无总 挥动民族产业旗帜 企业就是家第九章 驰骋全球与海外组曲 戴尔 始终放眼全球 不断地改变与调整 行动本土化 联想 优势互补进军国际 多元化拓展 让1+1>2第十章 戴尔双雄与联想旗手 戴尔 缔造者迈克·戴尔 戴尔之魂凯文·罗林斯 联想 管理大师柳传志 PC英雄杨元庆 整合专家郭为参考文献

<<戴尔与联想>>

章节摘录

第一章 戴尔法则与联想思路：在企业残酷的竞争中，弱肉强食是一个亘古不变的定律。

为了能够在惨烈的市场竞争中杀出一条血路，世界各国的企业都在有了一定的事业基础后纷纷将目光投向国际市场。

作为低价PC机代名词的世界电脑直销霸主戴尔在向海外扩张的过程中不可避免地遇到了其在中国最大的竞争对手——一直以国内市场为主阵地的民族品牌联想。

一直全心全意地做着计算机直销业务的戴尔和走着较为广泛业务路线的联想曾经因为产品战略的差异而在数年里各走异路。

但自从戴尔确定大举进军中国PC市场，联想收购了IBM的PC业务之后，戴尔和联想就在IT业内掀起了一场没有硝烟的战争。

戴尔：作为世界最大的PC机直销商，自1992营业年度以来平均每年的销售额增长率超过50%的戴尔公司之所以能在短短的20年里在全球市场范围内取得如此巨大的成功，其成功的核心并不是简单的一对一直销和片面的“按需定制”，而是以自身特有的直销模式为基准，实现供应链一体化、摒弃库存、把客户需求作为企业发展的最高追求，这也是世人皆知的戴尔黄金三法则。

法则一：直销：毋庸置疑，在最近10年中，一个季度的销售额就达到141亿美元的戴尔公司理所当然的成为全球最为成功的一个直销公司。

1988年成功运作上市；1995年抓住互联网发展的战略机遇，大力发展在线组装业务；1996年戴尔在自己的网络中加入了电子商务的功能，并通过网络销售台式电脑和笔记本电脑，同年年底增加了网络销售服务器业务；2002年以打印机业务为标志，高举多元化大旗扩张市场；2003年年底销售额就已经突破400亿美元。

可以说，从直接市场活动，到直销销售活动，再到建立牢固的客户关系，戴尔形成了一套任何人都无法复制的完备的直销模式：舍去中间商、追求零库存、精细化运作。

透过一连串成功的再造，戴尔在世界范围内把自己的竞争对手远远地甩在了身后。

在微利时代的市场经济形势下，戴尔已经成为IT界唯一的赢家。

<<戴尔与联想>>

编辑推荐

《戴尔与联想:全球两大IT巨头的直销模式与分销攻略》从技术创新、赢利模式、市场策略、竞争战略、企业文化以及企业家精神等多方面对两大IT巨头进行深入的对比分析,从而揭示了它们成功的奥秘。

戴尔法则与联想思路;戴尔:迅速崛起与联想:摸索着起步;戴尔:竞争法宝与联想:制胜攻略;戴尔:抢滩互联网与联想:挺进E时代;戴尔:世界直销之王与联想:民族第一品牌;戴尔:人贵如金与联想:人力工厂;戴尔:效率管理与联想:稳扎稳打;戴尔:大市场文化与联想:孺子牛精神;戴尔:驰骋全球与联想:海外组曲;戴尔双雄与联想旗手。

<<戴尔与联想>>

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>