

<<利润之舟>>

图书基本信息

书名：<<利润之舟>>

13位ISBN编号：9787506023351

10位ISBN编号：7506023350

出版时间：2006-1

出版时间：东方出版社

作者：白立新

页数：242

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>

<<利润之舟>>

内容概要

《利润之舟：让利润飞奔的四大定律》利润隐藏在产业链的薄弱环节之中。

如果发现了产业链的薄弱环节，你就找到了利润池。

如果你找到的利润池离你最近，就算你管理基础差一些，也不妨碍你获得足够的利润；反之，如果那是一个濒于干枯的利润池，你最好早一些走开或者寻求破产保护。

利润通道直达利润池。

在利润通道中，企业向客户提供价值，客户则用利润回报企业对产业链的修补。

常见的利润通道有三条；产品领先、客户至上、低成本运营。

如果你没有找到新的利润池。

或者利润池距离你和你的同行都不近，只要你的利润通道更畅通，你同样会受益颇丰。

利润发动机创造利润动能。

你要在利润通道上安装利润发动机，保证你的利润之流源源不断。

中国企业可以通过掌控9个利润点来增加利润动能。

如果你看清了利润池，而且铺设了利润通道，这时，你的执行力越强，利润动能就越大，利润收益也越高。

客户为利润发动机补燃料。

为了启动利润发动机并让它高效运转，你需要为其提供充足的燃料，最优质的燃料来源就是客户。

如果在前面三个环节上你都无法超越对手，客户就是你最后的机会。

你不应该被动地为客户服务，而应该谋求主动地与客户结盟，甚至让客户为你服务。

这就是利润的四定律。

<<利润之舟>>

作者简介

白立新，工学博士。
IBM（中国）业务咨询部运营战略首席顾问，曾任汉普管理咨询（中国）有限公司副总裁兼首席知识官、安达信（上海）企业咨询有限公司业务咨询部经理；从1996年开始，为联想集团、中国石油、李宁、诺基亚等33家企业提供过战略、管理和业务咨询。

<<利润之舟>>

书籍目录

引言前言利润第一定律：利润隐藏在产业链的薄弱环节中1.发现利润之舟的中国之行 利润之舟进入中国 中国企业的10种典型利润模式2.寻找隐藏在产业链薄弱环节中的利润源头 中国两个典型产业突围的启示 中国多数产业的薄弱环节 在供应链里寻找利润点 向新的利润头投资，需要机会更需要勇气3.发现利润源头——导致产业链薄弱环节的三个因素 通过“价值雷达”发展客户价值 导致薄弱环节的第一因素：客户需求的转移 导致薄弱环节的第二因素：不完善的业务模式 导致薄弱环节的第三因素：不成熟的产品和技术 创新策略的演变利润第二定律：利润通道直达利润池1.建立利润通道 用客户价值换取利润——三种价值定位，三个利润通道 多数中国企业可以选择低成本运营的利润通道 逐渐增多的企业选择客户至上的利润通道 少数企业可以选择产品领先的利润通道2.摆脱利润恶性竞争 同质化创造了前所未有的机会 技术只是替罪羊 突破技术的迷雾3.新机会和新挑战——中国制造业价值链的亮点 产品交付环节的利润亮点 中国企业的机会与新挑战利润第三定律：三大利润发动机创造利润功能1.利润发动机——支持产品和技术创新的利润点94 制造业的九个利润点 第一步：按照“技术路线图”逐渐破解技术封锁 第二步：打造支持大批量定制的产品创新平台 第三步：制定企业专利战略，锁定利润专区 拐点是战略问题，而利润点是战术问题2.利润发动机——支持客户服务和解决方案的利润点 第一步：传播清晰的市场定位和与众不同的品牌形象 第二步：提供整体的解决方案，获取超值利润 第三步：提升客户体验，开发隐性利润 不成熟市场环境下的企业利润战略3.利润发动机——支持低成本运营的利润点 第一步：推进战略采购，显著节约成本 第二步：推进满渠道转型，监控库存分析 第三步：提供专业的售后服务，挖掘最后的利润潜力利润第四定律：客户为利润发动机补充燃料1.客户为利润发动机提供燃料 全面挖掘客户的四种价值2.在主流客户市场做大做强 围绕主流客户，扩大利润潜力3.在非主流客户市场谋求突破性创新……利润之路结束语

<<利润之舟>>

编辑推荐

在“第一桶金”之后，为什么盈利变得越来越困难？

在微利时代，赢利的机会在哪里？

如何寻找利润池？

如何构建利润通道？

中国制造业需要掌控哪些利润点？

如何把握利润的来龙去脉？

在新的利润机会面前，如何实现企业的转型？

怎样规划利润转型的路线图？

怎样凝聚利润转型的驱动力？

怎样寻找转型的切入点？

怎样才能实现利润倍增？

<<利润之舟>>

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>