第一图书网, tushu007.com

<<变动世界的经营者手记>>

图书基本信息

书名：<<变动世界的经营者手记>>

13位ISBN编号：9787506027298

10位ISBN编号：7506027291

出版时间：2007-4

出版时间：人民出版社

作者：肖勇

页数：240

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

第一图书网, tushu007.com

前言

我认识肖勇大概有十年了，在这十年里，我和他基本保持着一年见一两次面的频率，但彼此的消息是时时会听到的。
当年肖勇是中国第一批投身房地产行业的记者，后来，他又去了搜房网做副总裁，再后来，他开始自己的合伙人创业路程，成为“主语传媒”的联席总裁。
在我的印象里，肖勇就像一个弄潮儿一样，总在不断尝试新的东西，总有很多新的想法，从他的身上，可以看到他这一代传媒人的勇气、迷茫和不断向前的探索精神。
大概是在2005年初的时候，肖勇从传统媒体《深圳特区报》辞职加入网络媒体搜房网时，我们有过一次见面。
当时，我对网络有非常浓的兴趣，我感觉到网络的出现会颠覆很多东西，给我们带来一个新世界，整个世界都会因为网络的普及而发生改变，包括很多传统产业、商业模式以及人的观念和思维。
作为敏感的传媒人，肖勇也感觉到了网络将给我们的生活带来巨大的改变，会对传统媒体造成巨大冲击，但这种改变的本质是什么？
到底网络会向什么方向发展？
我们如何来适应和运用网络？
网络的商业价值到底在哪里？
我们在一起时常常探讨这些问题，但当时我们都没有想清楚。

第一图书网, tushu007.com

<<变动世界的经营者手记>>

内容概要

本书作者担任搜房重要高管，以亲身体验，从博客视角，半年一百多篇，多侧面介绍并点评了搜房的企业精神、营销管理、内容建设、产品服务、品牌推广、经典案例等，情理相融，知行一体，自然亲切，堪称生动翔实的“ 搜房之道 ”。

本书适宜于IT、传媒、地产、管理、营销、策划、广告等群体阅读，尤其适用于教学案例及员工培训。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

肖勇，1968年生于新疆，1989年毕业于贵州大，学中文系，现任搜房网（世界500强澳洲电讯控股）运营副总裁，搜房资讯集团总经理。
曾任中央人民广播电台记者，《深圳商报》房地产部经理，《深圳特区报》广告部常务副总经理，为业界较有影响的地产营销策划专家和媒体专家。
2003：

第一图书网, tushu007.com

<<变动世界的经营者手记>>

书籍目录

推荐序1 新经济与传统行业结合更有活力推荐序2 网络时代提供了多种可能推荐序3 新媒体要有“主语”第一部分　搜房大写　为搜房7周年，我开博啦　北上，加盟搜房　转会，转出“轰动效应”　洗脚屋里敲定的“百城战略”　从“百城战略”到“百人计划”　搜房，需要什么样的人　为什么选择搜房　搜房的“数字文化”　营销，是一项伟大的工作　人生即营销　搜房速度与搜房效率　搜房的“三段论”　“邮件管理”：全国一盘棋　“分类管理”有乾坤　集中力量 干好一件事　铁打的平台 流水的兵　有缺点的能人和80分的人　“子弟兵”与“空降兵”　搜房“嫁”给了500强　“全球风投之父”首肯搜房　新浪VS肖勇：搜房的成功在于专注　足球VS网络VS地产-为深圳搜房　足球赛而作　优胜劣汰 不破不立　情商 智商 胆商：一个都不能少第二部分：网媒感悟　“媒体搜房”扑面而来　“拜访为采访”　现场直播：中国房地产“现在进行时”　在场 出场 做主场　大道消息VS小道消息　搜房内容“五大件”　楼盘资讯 大厦之基　“打盘”VS“打人”　整合VS原创　博客，地产人的精神家园　管理者为什么博客　内容为本，全员发力　挑起“论战”推波助澜　做内容：流程VS规范　门户网站vS地产专业网站　地产传统媒体VS地产网媒第三部分　营销体验　三大战略 助飞搜房　广纳贤才 布阵中国　为什么能“决胜北京”　代理制VS直销制　……第四部分　业务集群第五部分　品牌推广第六部分　公关活动后记 从“报战”到“网战”　肖勇附录1 搜房大事记附录2 参考书目

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

转会搜房，我打算低调处理，悄然北上，不想弄出什么动静，因为有过教训。
5年前，我从深圳的一家大报转会到另一家大报。
在新东家的第一次亮相是在广告代理公司工作会上，当我出现在台上时，台下的不少广告公司老总一下子懵了，怀疑是不是走错了地方，因为我曾代表老东家给他们开同样的会，大家很熟悉，于是，有人赶紧出门打电话到我的老东家去证实。
老东家很快也召开了规模较大的客户联谊会，吹风通气，力求把我转会的负面影响降到最小。
新老东家竞争白热化，尖锐对立，只差针对我刊登“严正声明”了。
处在矛盾焦点的我，压力很大，甚为郁闷。
还有一个小插曲：在我转会的几乎同时（2001年8月），深圳一家著名地产顾问机构的一位干将离职，自立门户。
我和他的变动，被圈内人士视为当年深圳地产界的“重大”人事变动，在市场上形成了一定的震憾和冲击力，成为一个话语中心。
我原先的领导与这家顾问机构的老总在一次会上握手时连声说：“同病相怜，同病相怜……”这也是我听别人传的。
为了吸取教训，我几乎没有主动告诉朋友们就北上了，只是，临行前推不掉，我的同事蔡照明、杨磊与十几位地产商、代理商朋友为我饯行。
巧的是，一年后蔡照明加盟金地集团，任CMO（首席营销官）兼北京金地副总经理，我在北京邀了一群媒体朋友为他接风，开玩笑说：“我们有亲缘关系，你是CMO，我是COM”。
大笑。
在北京上了一个多月班后，回深圳过春节，大家互致短信，我转会的事才大面积传播开来，朋友们纷纷向我祝贺，也有人表达了某种善意的担忧。
网上的议论从12月底就开始了。
好友给我转了一些相关的热帖，这里摘几个标题：《天下无界——有感于近期业内人才的流动》《肖勇走了，程鸿蔚也走了》（注：程乃深圳一个知名资深地产策划人）《深圳媒体人三路出击——谁将笑到最后？
》《2001年地产部重现上海滩》《地产门户网络上演“三国演义”》《真正的传媒高手》有一位网络“大虾”（蝠王韦一笑）不相信我转会，在网上发问：“是真的吗？
这么重大的事搜房早应该公告天下。
”其实用不着“公告”，互联网是传播的“核武器”。
不是有人在网上找到了失去联络多年的故旧、小学同学甚至初恋情人嘛！
“地球人都知道”，未免太夸张，却是那个意思。
网上的议论差不多持续了半年，除了搜房网外，包括搜房网的主要竞争对手新浪网、焦点房地产网、深圳房地产信息网等在内的十多家网站也有一些反映。
《21世纪经济报道》、《中国经营报》、《中国房地产报》、《新周刊》等在有关报道中提及了我的转会一事，对网络媒体的崛起深表关注。
全国房地产主流媒体联盟有一个圈子，我的老东家是这个联盟的发起单位，我曾是联盟的活跃分子。
我的转会在这个圈子也引起了一番震动。
诸位看我摇身一变，大谈网络，感到很新鲜（加盟搜房前，我基本上算是网盲）。
他们说：“你抛弃我们啦！
”我说：“干传统媒体15年了，审美疲劳了，换个活法。
”在我的示范效应下，一年内全国有多位传统媒体人士加盟搜房。
我告诉他们，搜房这条船是希望号，不是贼船。
刚到搜房时，我在北京拜会了王石，在地产圈差不多是最早触网的他，对网络等新媒体的成长性颇为看好，并对莫天全先生数年专注、执着做搜房表示了赞许之意。
当潘石屹发现我代表搜房主持论坛时，很是惊讶了一番。

第一图书网, tushu007.com

不过，这个世界最大的不变就是变化。
老潘触电，触网，触时尚，常立潮头，成为行业乃至时代的符号人物。
就变化和创新而言，我们还差得远呢！
后来，SOHO中国与搜房有很好的合作。
2005年12月，上海，中国住交会中国房地产人力资源论坛发布了由《中国房地产报》等几家媒体和机构推出的“2005中国房地产十大转会事件”，我加盟搜房一事被列在第3位。
我心里清楚，我是媒体出身，又到地产门户网站任高管，在网民投票方面占了不少优势。
对我而言，这个榜的排位有些“泡沫”，权当娱乐一把。
我的转会被业界关注还与2005年初深圳地产媒体人“三路出击”有关。
我北上搜房触网；我在《深圳特区报》的同事王侯携一批精英进军上海，组建主语传媒机构，承包经营《新民晚报》地产广告；中国住交会组委会秘书长单大伟赴北京组建优博传媒，买断了《中国房地产报》的经营权。
三路兵团共吸引了深圳本地媒体数十位精英北上，在北京、上海这两个中国最伟大城市的广阔战场纵横驰骋。
这实在是深圳传媒经营史乃至中国传媒经营史值得记录的一页。
洗脚屋里敲定的“百城战略”2004年12月的一天，就在我决定加盟搜房后不久，老莫去香港出差过境深圳，只能停留几个小时。
在搜房网副总裁、华南区总经理许冉的安排下，我们3人在福田区的一间洗脚屋会晤。
没想到，这次洗脚屋里的小晤竟诞生了惊人的成果——搜房的“百城战略”！
这一战略已经、正在、而且必将深刻改变搜房的面貌。
这是我决定加盟搜房后与老莫的第二次见面，已经像老朋友般，不拘束、不见外，我向他大胆建议，搜房下一步加快扩张步伐，实施“百城战略”。
何谓“百城战略”？
我进一步解释，中国现在有六百六十多座城市，人口过百万的约一百座。
搜房应尽快把红旗插到这一百座城市，抢占先机，甩掉竞争对手。
中国互联网的普及呈现爆炸式增长态势，网民数已过1亿，很快会甩掉美国、日本，居全球首位。
对这一态势，要有充分估计，既不应冒进，更不应保守。
在这样一个创新为王的伟大时代，最大的风险或许就是不

第一图书网, tushu007.com

后记

2004年末，我与好友李咏涛在即将离开奋战十多年的深圳报业集团时，合编了一本介绍房地产媒体营销案例的专著——《报战——中国房地产媒体营销100案》（该书后改版为《地产媒体战——中国房地产媒体营销实战方略》编注）。
2005年伊始，我加盟搜房网，开启新媒体之旅，《报战——中国房地产媒体营销100案》可以说是我传统媒体生涯的一段小结。
当时我就暗下决心，一定要写一本“网战”！
2006年的最后一天，我从搜房辞职，投身主语传媒，尝试从职业经理人到合伙创业者的转型。
近两年“博”潮汹涌，本人也未能免俗，欣然开“博”，半年时间发文百余篇，主要写在搜房工作728天的体验与感悟。
不曾想这种工作日志或管理心得式的博客，也引起了从南到北地产圈、传媒圈、IT圈不少关注的目光。
在朋友们的鼓励下，由“博”而书，从“虚拟世界”变成白纸黑字，本书自然而成。
力求搜索一个高速成长型企业成功的部分秘诀；力求浓缩一个传统媒体人试水新媒体的新奇经历；力求与业界同仁研讨或分享若干经典案例；力求让比我还后的后来者少走些弯路；力求体现728天的工作价值；力求……

第一图书网, tushu007.com

媒体关注与评论

在网络时代面前，住宅业俨然是一个传统行业。
房地产企业如果不能融入网络时代。
将很可能被淘汰。
——万科企业股份公司董事长 王石推陈出新，创新为王；新媒体与房地产的结合，是现今最能激发想象力的事。
——著名策划人 王志刚这本书真实记录了一个传媒平面媒体人在网络世界生存过程中的点点滴滴，刻录了中国最大的行业网络媒体的成长轨迹，并将其巧妙地串成了一个整体。
——《互联网周刊》执行总编 吴茂林

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《变动世界的经营者手记》为学习型营销，客户流动论，千万人话语接力……变动世界企业的成功可以复制！

第一图书网, tushu007.com

<<变动世界的经营者手记>>

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