

<<战略营销>>

图书基本信息

书名：<<战略营销>>

13位ISBN编号：9787506436076

10位ISBN编号：7506436078

出版时间：2006-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：侯贵松

页数：263

字数：290000

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>

<<战略营销>>

内容概要

本书围绕企业管理当中的战略营销这一主题，选择了六十多条管理定律。

这些定律是两千年来伟大管理思想和卓越领导智慧的精华，在过去几十年中，它们影响了世界各地无数一流企业家与管理者的头脑，提高了相关企业和组织的效率与业绩，帮助了很多组织以更快的速度获得成功。

本书中的每一个定律都配以管理启示和管理应用，以通俗浅显的内容、优美生动的文字和轻松诙谐的插图，让读者在很短的时间内掌握管理知识和管理思想的精髓。

<<战略营销>>

书籍目录

1.独树一帜 1.杜根定律 管理启示 过去不等于未来 管理应用 微软：创业者的奇迹 2.泡沫效应 管理启示 打好根基 管理应用 秦池：“标王”的悲剧 3.门田法则 管理启示 做自己能做好的事 管理应用 美特斯邦威：依靠外包白手起家 4.鲁尼恩定律 管理启示 先动未必占优 管理应用 万燕：VCD行业不幸的领头羊 5.特纳论断 管理启示 练就自己的金刚钻 管理应用 浪潮：服务器领域的领头羊 6.本田定理 管理启示 处处留心皆学问 管理应用 三星成功经营之道 7.罗伯特定理 管理启示 恒以致胜 管理应用 重获新生：派克的重新崛起 8.查宁定律 管理启示 走差异化的道路 管理应用 独树一帜：海尔中国造 9.古西林法则 管理启示 出其不意，攻其不备 管理应用 TCL王牌：空降占领郑州 10.冲击波效应 管理启示 笑到最后，笑得最甜 管理应用 青岛啤酒：三败济南 11.赫克金法则 管理启示 利人才能利己 管理应用 卡特彼勒：让顾客得到整个公司 12.自来水哲学 管理启示 为顾客创造利益 管理应用 沃尔玛：低价便利的经营哲学 13.柏林定律 管理启示 别被胜利冲昏头脑 管理应用 史玉柱：巨人王国的覆灭 14.冰淇淋哲学 管理启示 逆境求生 管理应用 海尔：先难后易拓市场

2.打造品牌 导论： 1.波特法则 管理启示 人弃我取 管理应用 裕溪针织厂：选择别人不做的业务 2.爆冷门效应 管理启示 冷门不冷 管理应用 摔跤：从冷门到受人注目 3.达维多定律 管理启示 抢先占领市场 管理应用 吉列公司的产品策略3 赢销天下4 广告取胜5 公关营销6 谈判谋攻7 凝聚人脉参考文献

<<战略营销>>

章节摘录

任何一个企业要获得生存与发展，首先要做好市场经营。在做好了市场经营之后，才能给员工提供稳定和有吸引力的工作岗位，才能给股东提供回报。

商场如战场，企业的市场经营必须要确定自己所要追求的市场，并致力于在这些市场中取得相对的经营优势地位。

只有这样，企业才能确保持久地生存和繁荣。

企业的经营发展，是一个从小到大，从弱到强的过程。

正所谓逆水行舟，不进则退。

过去往往不等于未来。

有着辉煌过去，并不代表着你在将来的竞争当中一定会取得胜利。

创业之初的企业，往往会面临着很多的困难。

然而一大堆的创业企业如雨后春笋般的不断涌现，其速度让人惊讶。

它们当中很多却成活下来，而且发展得很好，有些甚至在部分市场击败了原有的市场领先者。

这充分证明了杜根定律所说的一点：现在的强者并不一定是胜利者。

今天的强者不代表明天的胜利者，只要拥有信心以及把握成功的素质和能力，你就能够成为明天的胜利者。

泡沫效应提醒管理者，在建高楼之前，首先要打好地基。

往往要建的楼层越高，地基也就要求越深。

只有这样，建出的楼房才能稳固。

企业经营也是同样一个道理。

做企业就如同建高楼，没有平时踏踏实实的积累，只想凭一时的血气之勇，这样的企业随时都有分崩离析的危险。

因此，在企业经营中，绝对不能只求轰轰烈烈之势，而忽视扎扎实实之功，否则舍本逐末，必将后悔莫及。

门田法则认为，要在必要的时间内，按必要的量，生产必要的产品。

这就是说要做自己能做的事。

对于不同的企业而言，它们在价值链环节的活动中所表现出来的优势各不相同，有些企业在生产经营上有专长，而有些企业在市场营销环节上则具有优势。

如果将这些企业联合起来，发挥各自在自身环节上的优势，岂不是要比一个人的“大包干”效率更高？

鲁尼恩定律认为，赛跑时不一定快的赢，打架时不一定弱的输。

在经营当中，先行往往是一种有利的优势。

然而，先行却不一定先到达终点，因为在先行优势的背后，往往是被人忽略的先行劣势。

任何事物都应该辩证的去看待，企业既不能因为存在先行优势就觉得高枕无忧，也不能因为存在先行劣势而缩手缩脚。

正所谓：“无备，强不抵弱；出奇，弱可胜强。”

优势和劣势之间的转化，有时就发生在转瞬之间。

商业的竞争，不是简单的100米冲刺，而是马拉松式的赛跑。

你现在所处的位置，也绝对不能代表你将来所处的位置。

在中国，有一句古话叫做“没有金刚钻，不揽瓷器活”。

如果类比到企业的经营当中，也就是说如果我们要想搞好自己的业务，那么就必须要得有惊人的绝活——核心竞争力。

只要有了核心竞争力这个金刚钻，业务这瓷器活也就很容易揽到了，这正是特纳论断所要告诉我们的。

激烈的市场环境要求我们时时刻刻都必须走在人家的前面，没有核心竞争力支撑的暂时的优势

<<战略营销>>

是苍白而无力的。

从众多的失败者身上，我们会发现他们中大多数都有一个相同的特点：那就是平庸。如果我们没有自己的绝活，那么我们就只好与失败者为伍了。

有的人把经商比喻成赌博，因为很多时候你都必须孤注一掷才可能获得某些成功，而且往往是一招不慎，满盘皆输。

但经商又不等于投机，虽然我们也看到有些人因为偶然把握住一次的机会而声名大噪，但上帝永远只会垂青有准备的人。

如果没有学问做根基，即使你现在已经取得了很大的成功，那这种成功也只会是瞬间的、短暂的。

本田定理告诉我们，只有那些把经营作为一门学问来抓的企业，才可能保持长久的生命力。

每一位企业的经营者都会有这样一个感觉，那就是身边环境的变化的实在是太快了。

今天还强大的企业，明天也许就会陷入困境；今天还是企业成功的法则，明天可能就会成为制约企业发展的桎梏。

环境始终是在剧烈的变化着，而这一切都超出了企业经营管理者们的控制范围。

这些环境的不确定性，随时都可能给我们的业务或企业带来危机。

危机很容易导致企业的失败，而罗伯特定理告诉了我们，一名优秀的企业经营者，不但应该能在顺境中如鱼得水，也应该能在逆境中坚忍不拔。

在困境中，不但需要具备有效的知识和经验，更重要的是能够用积极的心态去面对困难的挑战，鼓舞自己的员工。

水滴石穿，恒以致胜。

而企业也只有持之以恒，不怕失败，才能取得更大的成功。

<<战略营销>>

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>