第一图书网, tushu007.com

<<史玉柱创业思维>>

图书基本信息

书名：<<史玉柱创业思维>>

13位ISBN编号：9787510400551

10位ISBN编号：7510400554

出版时间：2009-1

出版时间：新世界出版社

作者：万里井

页数：214

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

前言

在中国改革开放的浪潮中，史玉柱无疑是最具传奇色彩的人物。
1989年，他从亲戚朋友那里借来4000元开始创业，短短六年时间便登上《福布斯》中国大陆富豪排行榜第八位，成为了当时的年轻人所崇拜的“中国的比尔·盖茨”。
然而，在珠海巨人集团倒掉后，他成了中国最穷的人，负债达到2.5亿元。
从“著名的成功者”到“最著名的失败者”，史玉柱只用了三年时间。
有很多企业家说，如果把我的财富都捐献出去，从零开始，几年以后我依然可以挣得同样的财富。
然而，史玉柱从头再来时，资产却是负数。
很多人都说，史玉柱完了，彻底的完了。

内容概要

《史玉柱创业思维》将教你如何把握商业机会，如何选择盈利模式，如何经营管理，如何进行团队建设，如何运用领导力……一系列的创业思维，零距离杰出史玉柱的所想、所说、所做！
最著名的成功者、最著名的失败者、最著名的东山再起者告诉你：怎么创业、怎么处理面临的困难，怎么度过经济的寒冬，怎么管理企业！

作者简介

万里井，教师出身的企业研究者与观察者。
多年来，长期关注并深入研究巨人集团发展历程。

书籍目录

第一章 商业机会：谁消费我的产品，我就要把他研究透在公司，我一般只抓市场调研一定要知道消费者是谁，买单者是谁瞄准二三级城市为什么选择脑白金？
为什么要做黄金搭档？
为什么要进入网络游戏市场？
第二章 盈利模式：好好琢磨到底怎么赚钱免费背后的秘密业务越简单越好集中力量，找准一点，重点突破自主研发才能有主导权琢磨规则，创造规则第三章 经营管理：管理无情人有情管理无情人有情小公司不分配股权连锁经营的关键是做一本好手册做企业一开始要规范要懂得授权第四章 团队建设：团队是我最大的财富重视人才、培养团队归属感很重要关注员工的经济利益不用空降部队辞职员工不挽留第五章 领导力：老板应该毒抓最关键的细节进行战略思考找出最关键的细节亲自去抓对强势的老板必须有制约执行不能打折第六章 营销策划：营销没有专家721法则：营销没有专家引导法则：世界上什么事情最难，改变人们固有的思维最难试销法则：试销决定成败第一法则：把你的第一给挖出来，猛宣传那一点奇巧法则：营销要“ 巧 ”做，不能硬做第七章 广告宣传：做广告就是要让观众记得住为“ 十差广告 ”感到荣幸广告轰炸隐藏的逻辑软文——史玉柱的秘密杀手锏游戏广告上了CCTV第八章 品牌推广：品牌打什么，怎么打品牌易听易记品牌唯一的老师就是消费者品牌要有长期规划口碑的杀伤力最大，成本也最低巧打“ 还债牌 ”，重塑个人品牌第九章 对外投资：企业家与投资家在投资方面我是很胆小的李嘉诚+比尔·盖茨模式参股华夏、民生销售脑白金、黄金搭档，入股四通搞投资更需低调失败与教训：人只有在低谷才能学到东西只有失败的时候，总结的教训才是深刻的我离破产永远只有12个月发挥自己的核心竞争力永远保持充沛的现金流宏伟目标是可怕的附：民营企业的十三种“ 死法 ”附：我的四大失误第十章 企业家修为：史玉柱是怎么练成的冒险精神什么声音都能接纳只有偏执狂才能生存坚韧之魅后记参考文献

章节摘录

执行不能打折　　曾有人问史玉柱，现在的领导者素质中，哪一样至关重要？
史玉柱回答说：“是‘说到做到’。
你只要承诺了，几月几日几点钟做完，你一定要做完，完不成。
不管什么理由，一定会遭到处罚。
往往越没本事的人，找理由的本事就越高。
我们干脆不问什么原因了，你部门的事你就得承担责任，不用解释。
所以现在大家都说实话，不搞浮夸了。
”　　对于一个商业模式定型、管理到位的企业来说，命令的执行比创造的超越更为重要。
史玉柱说：“现在许多企业，战略是正确的，但没有做起来，就是因为缺乏有真正执行力的人。
执行力是企业战略正确之后的决定因素。
”　　联想总裁柳传志也认为执行力非常重要，他说：“决定一个企业成功的要素有很多。
其中，战略、人员与运营流程是核心的三个决定性要素。
如何将这三个要素有效地结合起来，是很多企业经营者面临的最大困难。
而只有将战略、人员与运营进行有效地结合，才能决定企业最终的成功，结合的关键则在执行。
”　　史玉柱是个典型且极端的实用主义者。
他说：“员工做出的承诺一定要兑现，一定要说到做到，做不到你也要想方设法帮他去做到。
一个成功的企业必须要有这个作风。
”　　对自己团队的执行力，史玉柱心里也一直很自诩。
他说：“如果谁说我们的执行力差．他可以这么说，但我绝不会承认。
每年大年三十，你可以到全国50万个商场和药店去看，别人早回家过年了，我们9000名员工依然顶着寒风在那里一丝不苟地搞脑白金促销。
如果执行力不行，干劲是哪来的？
”　　的确如此，这些销售员的干劲真的是来自史玉柱的执行力，看看脑白金和《征途》的企业理念：说到做到，严己宽人，只认功劳，不认苦劳，就知道了。
那么史玉柱是怎样做到“说到做到”的呢？
　　1．强化执行过程监督　　监督是约束，也是促进，实施有效的指导监督，对于提高企业执行力来说同样重要。
换句话说，要想提高团队执行力、强化执行过程，监督是保障。
其实，史玉柱团队的执行力最开始也是通过监督促使员工形成的。
　　在销售脑白金时，为了提高执行力，史玉柱为脑白金建立了一个50人的纠察队伍，他们有一套严密的制度，其原则是：以客观所见为依据，大公无私，宁可错判，绝不放过。
这支纠察队一年365天在外面悄悄进行市场纠察，不管是哪家分公司，一旦发现有弄虚作假或隐瞒的情况，就会受到严格的处罚。
据说各市场人员几乎没有幸免的．甚至有些市场部月月被罚。
除了这支总部的纠察队伍，省级分公司也有一支纠察队，用来查市级市场，而市级分公司也有一支纠察队，用来查县级市场。
正是这种安排，让脑白金的营销团队在各终端非常强势，摆脱了一般保健品企业对于经销商的严重依赖。
　　为了加强监督机制，史玉柱要求各地的经理对他们承担的责任进行“互保”。
在脑白金开始销售时，公司总部要求分公司要每天维护终端，上报各个终端的服务情况，如果出现漏报或迟报的情况，将实行每天5000元的罚款。
有个经理以为这是总部用来吓唬人的，结果一个月都没报一次，按规定应被罚15万元。
可是，那个经理的工资根本不够罚，怎么办？
史玉柱就罚担保人的工资，但是担保人的工资还是不够罚．史玉柱就罚担保人的担保人的工资，就这样类推下去，一直连罚了5层，直到罚足15万。

这件事让所有的分公司经理看到了史玉柱那种说到做到的执行力，再也没有人敢拿公司的制度当儿戏。

2．只认功劳。

不认苦劳　　为了保证执行力，史玉柱还在公司里倡导一种“有奖必有罚，奖罚必配套”、“只认功劳不认苦劳；说到做到，做不到就不要说”的企业文化。

史玉柱说：“现在，我允许分公司少报销售计划，但绝不许谁报多了（却）没有完成。

最初时，有好几个分公司领导因此一个月被罚了十几万，如今‘说到做到’在公司内部已基本实现，公司内部的信用危机消除了。

”　　和一般公司只奖励先进不惩处落后相比，史玉柱的激励政策显得十分特别，对每一位经理，史玉柱不仅为他们提供了获得巨额奖金的可能。

还给他们制定了做不好就要接受大笔罚款的惩罚措施。

史玉柱每次开总结大会，一定是最佳和最差同时登台，对于完成销售任务最好的前5位，史玉柱给予丰厚的奖金和金光灿灿的奖杯以示表扬，而对于末尾的5个市场开拓团队，则交以烫有“倒数第x名”字样的黑色锦旗一面，令人无地自容。

史玉柱的激将法还真有用，羞耻感更有助于发愤图强、迎头赶上。

对第一线的销售人员也是一样，做不好连300元的底薪也难保，但做好了获得的销售提成也是高得惊人的。

这也使销售人员对工作有了内在的动力，想尽一切办法把工作做好。

在做脑白金时，这种营销管理模式收到了奇效，以至于人们把它称为“脑白金式营销”。

进入网络游戏行业后，征途营销团队的执行力也是超强的，为征途快速进入二三级市场提供了强有力的保障。

史玉柱说：“比如，在这些中小城市的网吧里，我们两家（征途和网易）争着贴招贴画，你盖我的，我再盖你的。

如果我们的招贴画被对手盖了，我们的人肯定会在24小时之内发现，而对方多半一个礼拜都不去看一下。

再比如，招贴画大家相互盖，而我们的人很快想出一个妙招，就是把招贴画做得比对手大一圈．边上全部写上‘征途’，让对方（无论）如何都盖不完。

这就是执行力的差异。

”

编辑推荐

《史玉柱创业思维》史玉柱之所以能成功，能东山再起，能以小博大，在于史玉柱的创业思维，不论是他的积极思维、敢于承担责任、领导思想、还是商战铁军。
均值得我们去窥探！
去发现他的成功秘密！
最著名的成功者、最著名的失败者、最著名的东山再起者告诉你：怎么创业、怎么处理面临的困难，怎么度过经济的寒冬，怎么管理企业！
第一桶金通常会使人记忆犹新。
那不仅仅是一笔款子，而是植入了一种商业基因。
对一把手来说，你应该找出那些最关键的细节亲自去抓。
过去我是这么做的，往往成功。
作为企业的一把手，你要花精力去进行战略的思考。
对企业来说，一个英明的战略带来的收益，将远远比你自己去攻一个客户赚的利润要大得多。
一个合理完善的现代公司制度，它的价值要远远比眼前的几十万块钱重要。
这是一个优秀的现代企业必须具备的素质。
如果我们靠人情来管理一个企业，那这个企业离破产就不远了。
人可以有情，但制度必须是无情的。
做连锁经营业务，一定要做一套傻瓜版的营销手册与管理手册。
只有这样，才能实现远距离的管理。
所谓人才，就是你交给他一件事情，他做成了；你再交给他一件事情，他又做成了。
初中水平跟博士后没啥区别。
只要能干就行，我一直是这个观点，不在乎学历，只要能干能做出贡献就行。
营销里面有个第一法则。
对美国人来说，谁是第一个飞越大西洋的人？
一般都能回答得出来，但是问谁是第二个飞越的，就没人能回答出来了。
谁是第三个飞越的？
记得了。
为什么？
第三个飞越的是第一个女性，她拥有了个第一。
中央电视台的很多广告漂亮得让人记不住，我做广告的一个原则就是要让观众记得住。
作为曾经失败过，至少有过失败经历的人，应该经常从里面学点东西。
人在成功的时候是学不到东西的，人在顺境的时候，在成功的时候，沉不下心来，总结的东西自然是很虚的。
只有失败的时候，总结的教训才是深刻的，才是真的。
失败之后可能有两种人，一种人是精神上被打击得太狠了，一蹶不振；另外一种是失败了，但是顽强的精神还在。
只要精神还在，完全可以再爬起来。
宁可错过100个机会，也不可投错一个项目。

第一图书网, tushu007.com

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