第一图书网, tushu007.com

<<一句顶一万句>>

图书基本信息

书名：<<一句顶一万句>>

13位ISBN编号：9787510804182

10位ISBN编号：7510804183

出版时间：2010-4

出版时间：九州出版社

作者：潜龙

页数：230

字数：180000

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

内容概要

马云回顾15年商海沉浮，在每个关键阶段的决策都有惊人举动。
他决策的心路是什么？
本书为您全程揭示。
　马云拜佛的时候只去破庙，他总是与众不同，却又能出奇制胜，他屡次不按常理出牌都取得出人意料的效果。
　对于阿里巴巴，他一路坚持，决不放弃，甚至在资金严重匮乏的时候，居然还拒绝投资商的资金，他凭什么这么自信？
　马云说，有的投资人连他的模式都没弄明白，就敢给他投资，马云凭什么？
　孙正义为什么6分钟就决定投资阿里巴巴？
马云收到钱后，为什么又退回去1000万美元？
　马云不是天纵英才，而是经历了太多磨难之后的成熟，他不拘一格，倒过来想问题，第一届杭州西湖论剑上，张朝阳、王志东、丁磊、王峻涛都不看好B2B的时候，他为什么要坚持？
　马云认为C2C模式是不可能赚到钱的？
为什么重资投入淘宝网？
淘宝网以免费崛起，以免费扩张，它盈利的秘诀在哪里？
　马云为什么要吞并雅虎中国，这一次战略举动给阿里巴巴引来了颇多争议，是对是错，听马云讲述并购内幕。
　2007年阿里巴巴上市之后，马云突然沉寂，马云是一个公关高手，他公关的秘诀在哪里？
　非典时期，商家都在沉默，马云却高调出击，大做广告。
大众都云里雾里，马云却是阴错阳差，将错就错。
　马云可谓白手起家，他的人格魅力来自性格还是智慧？
他为什么可以吸引那么多优秀人才只拿500元工资与他一起拼命？
马云用人的秘诀是什么？
　学习马云的智慧，复制马云的传奇，机会无处不在

作者简介

潜龙
　　真名：吕克远，财经作家，数字时代的新锐观察员，长期浸淫于中国商业发展理论与实战研究。经过数年采访调查，重回商界名人传奇之路，倾听他们内心的最真实感悟，推出“一句顶一万句”系列。
本系列为中国十大商学院力荐读本。

书籍目录

第一章　思维—非常规出牌 Top1 阿里巴巴的由来 Top2 变和不变 Top3 互联网只有失败的模式 Top4 无招胜有招 Top5 模式是最次要的 Top6 骗子、疯子和傻子 Top7 东方为体 西方为用 Top8 杜绝加班文化 Top9 公司需要的是将军 Top10 把员工培养成财富 Top11 不能用精英 Top12 凝聚力不够是领导的责任 Top13 困难时期活下来的秘诀 Top14 不会有第八家公司第二章 精神—只有自己能够救自己 Top15 只有自己能够救自己 Top16 阿里巴巴没有竞争对手 Top17 阿里巴巴的根本使命 Top18 不要死在明天晚上 Top19 经历每天的痛苦 Top20 在困难时期要清醒 Top21 心理素质最重要 Top22 自我相信是法宝 Top23 扛过来就是胜利 Top24 轻松的背后是压力 Top25 梦想破灭之后 Top26 省钱也能省出竞争力第三章 梦想—有梦想才能无所畏惧 Top27 机会源自梦想 Top28 必须要有独特的梦想 Top29 愿景也是竞争力 Top30 奋斗是一种幸福 Top31 互联网是一个长征 Top32 奋斗的动力是什么 Top33 阿里巴巴不想做捣蛋鬼 Top34 赚钱和价值都重要 Top35 阿里巴巴的梦想还远未达到 Top36 自信就要坚持 Top37 笑到最后才是胜利第四章 创业—像蟑螂一样生存下去 Top38 想好了立即行动 Top39 阿里巴巴的最大挑战 Top40 看清竞争对手 Top41 忘掉竞争对手才能打败竞争对手 Top42 永远不要把赚钱的秘密告诉别人 Top43 真正的高手是不出手的 Top44 阿里巴巴能被复制吗 Top45 要有蟑螂精神 Top46 永远记住自己还很年轻 Top47 做企业要先打地基 Top48 先做项目再谈融资 Top49 6分钟值多少钱 Top50 谁也不能控制阿里巴巴的股权第五章 团队—做唐僧有学问 Top51 领导者要敢于承担责任 Top52 CEO要做好守门员 Top53 闻出团队的气味 Top54 一个都不能少 Top55 开展延安整风运动 Top56 开除MBA Top57 企业家要做好老师 Top58 自己的团队就是最好的 Top59 突然变得有钱了 Top60 与国外的文化差异 Top61 经营互联网最关键的是人 Top62 并购雅虎的背后第六章 鼓动—激情是用来推销的 Top63 激情是创业者的原动力 Top64 阿里巴巴成功的三大法宝 Top65 单元房是王道 Top66 永远不要去欺骗别人 Top67 不懂是最好的检验 Top68 把广告留给客户 Top69 合作最重要的是信任 Top70 投资就像是结婚 Top71 融资的最高境界不要钱 Top72 让投资者为你打工第七章 管理—领导者的最大悲剧 Top73 真正的领导是培养别人 Top74 包容就是最好的用人之道 Top75 挖掘内部人才 Top76 把混蛋变成不混蛋 Top77 管理的秘诀 Top78 90%的人同意就要废掉 Top79 自己不能当英雄 Top80 要坦诚地说出自己的思想 Top81 管理是一种道 Top82 CEO的定力第八章 智慧—蚂蚁也能打败大象 Top83 笑傲江湖的本钱 Top84 换个角度看世界 Top85 一定要有自己的特色 Top86 不要听专家的和媒体的 Top87 不做第一就不投资 Top88 进攻则生 模仿则死 Top89 演讲的尴尬 Top90 花钱就像破剑式 Top91 坚决不给客户回扣 Top92 对内公关也重要 Top93 反周期运作 Top94 免费的是最贵的 Top95 品牌就是活着 Top96 最便宜的推广是宣传自己第九章 境界—回到商业的真正原点 Top97 号召捐款只捐一元 Top98 最厉害的武器是思想 Top99 修炼价值观 Top100 真正的企业家 Top101 危险中的机会 Top102 阴井盖的故事 Top103 菜不好是因为不会点 Top104 免费背后的图谋 Top105 杀价是最愚蠢的 Top106 以客户为中心是一种境界第十章 创新—没有突破就等于没做 Top107 创新必须顶得住压力 Top108 做电子商务杭州最合适 Top109 全球视野 本土能赢 Top110 易趣是最大的对手 Top111 下雨天去破庙拜佛 Top112 不做大多数 Top113 SARS时期做广告 Top114 劣势其实也是一种优势 Top115 倒过来看问题 Top116 好兔要吃窝边草 Top117 不在乎技术好不好 Top118 亚马逊落伍了

章节摘录

第一章　思维——非常规出牌Top001　“阿里巴巴”　从我外婆到我儿子，他们都会读“阿里巴巴”。
世界上几乎所有语言对“阿里巴巴”的发音都是“a-li-ba-ba”，也就是说全世界的商人都可以没有困难地接受我们网站的名字。
——2002年马云在杭州阿里巴巴年会上的讲话　为了给企业取一个好的名称，马云绞尽脑汁。
有一次在美国一个餐厅吃饭的时候，马云突然想到“阿里巴巴”，这是一个全世界人民都耳熟能详的名字，此刻的马云，兴奋之情，难于言表，虽然这个域名已经被一个加拿大人注册，但马云还是不惜重金买了过来。
给企业起名称是一门学问，好名称能给企业带来好运气。
一般来说，起名称有以下几种出发点：　1．图吉利。
比如“旺仔”、“万事达”等，就是希望产品畅销和事业兴旺发达。
2．标新立异。
比如有报道称，有一款避孕套取名为“使玉柱”，就是为了最大化地吸引消费者的眼球。
3．意境深远。
有的人为了一个好的名称，煞费脑筋，字斟句酌，力求使每个字都体现出不一样的深远含义。
4．准确描述产品特性。
有的商品一看名称，消费者便能知道是什么类型，有什么用途，比如“步步高”鞋。
取名“阿里巴巴”，体现了马云思维上的远见。
从一开始，马云就把企业的未来放眼到了全世界，自然，有一个全世界人民都耳熟能详、通俗易懂的名称是最好不过的。
“阿里巴巴”这个名称，没有什么深远意境，也看不出是什么产品，更体现不出什么大吉大利，但它却是个世人皆知的童话故事里的名字。
马云取这个名字还有一个小故事：最初马云和阿里巴巴的团队在一起琢磨了很久，连续换了好几个名字，马云都不太满意。
一次，马云在国外的一个餐馆吃饭，忽然灵光一现，脑海里蹦出“阿里巴巴”。
他问服务员：“你知道阿里巴巴吗？
”服务员笑着回答：“芝麻开门！
”马云知道，这个名字绝对是一个最合适阿里巴巴向全球推广的名字，而且“a一]1一ba’ba”非常易读、好拼。
可是当马云准备注册的时候，这个名字已经被一个加拿大人注册了，要买过来得花3000美元。
马云去咨询当时雅虎的搜索之王吴炯，问这个价格是不是贵了。
吴炯告诉他，不是贵了，而是太便宜了；如果现在不买，将来这个价格就买不到了。
于是，马云立即和那个加拿大人达成了交易。
此后，阿里巴巴这个名称使马云的企业迅速在公众中建立起了知名度，达到了很多企业重金营销所没有达到的效果，以致于在创始阶段就吸引了美国《商业周刊》杂志的特别关注。
往往最简单的，也是最有效的。
我们的策略不断在变，但有三样东西永不改变：　愿景目标不变。
我们的目标是做八十年的企业，成为全球十大网站，只要是商人就一定要用阿里巴巴；　我们的使命不变。
让天下没有难做的生意；　我们的价值观不变。
客户第一，团队合作，拥抱变化，诚信，激情，敬业。
为了实现我们的目标和使命，我们的策略要不断变化，去年和前年，我们的策略是利用国际资本，迅速开拓海外市场，同时利用国际资本，培养中国电子商务市场。
——2001年马云在“数字化中国”论坛上的演讲　市场是瞬息万变的，企业必须要跟着市场去变化，否则就要被淘汰。

但是企业如果只是仅仅追随市场，而不能创造市场，最终也要被市场抛弃。
因此真正能在市场胜出的企业，应该是有所变、有所不变，有所为、有所不为的。
可能这世界上唯一不变的东西就是改变，但原则性的东西是不能改变的。
在变与不变之间，马云掌握着原则性和灵活性的统一。
这种统一是中国人的一种传统的中庸智慧，马云就非常擅长用这种智慧来做事业。
首先，要根据市场变化来不断调整企业的策略，这是变化的智慧。
其次，坚持住企业的愿景、使命和价值观，以此凝聚住团队的激情，这是不变的智慧。
变是生存所需，“穷则变，变则通，通则久”。
市场永远充满着机会，必须主动地去捕捉，否则就会淹没在竞争的汪洋大海之中。
阿里巴巴收购雅虎中国，免费推广淘宝网，每一个变化策略都获得了巨大的成功，这就是变的作用。
别人收费，我就免费；别人抢占城市，我就发展农村，结果就是因变而生存。
但要想长久地生存下去，就要有不变的愿景和价值观，这些不变的要素要沉淀成一种文化，来凝聚住团队。
很多民营企业经常上演“你方唱罢，我登场”、“各领风骚十几年”的情况，就是因为没有一个持久的、稳定的，可以10年、50年都不变的愿景、使命、价值观。
凡是成功的企业家，都具有这种“变”和“不变”辩证统一的智慧，比如联想集团的董事长柳传志就说过，“从某种意义上讲，一个企业如果能够始终正确地制定战略并坚定地执行，那么这个企业就能变成百年老店”。
马云创业伊始，就有一个可以长期不变的愿景、使命和价值观等战略目标，因此，他才有信心说“做80年的企业”。
战略是不变的，战术要根据实际情况变化，这样才能走得更远。

编辑推荐

马云回顾15年商海沉浮，心路历程最新披露。
不断突破成功瓶颈，分享马云关键决策的感悟。
中国十大商学院力荐读本。
15年，缔造一个互联网帝国。
创造下一个马云传奇，需要重回马云之路，学习他在商业判断上的远见，突破瓶颈的非常规思维，寒冬时期的坚韧不拔，倾听他在关键决策时内心最真实的感悟。
本书是马云商战15年最新、最全面的心路总结，“一句顶一万句”，让您站在巨人的肩膀上走向成功。

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