

<<决胜>>

图书基本信息

书名：<<决胜>>

13位ISBN编号：9787538557626

10位ISBN编号：7538557628

出版时间：2012-1

出版时间：北方妇女儿童出版社

作者：宗坤

页数：248

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>

<<决胜>>

内容概要

新时代的商业竞争，很明显不再是简单的实力较量，更多的决胜因素是企业竞争策略。在市场上屡屡受挫的企业，与竞争者相比较，其制定的策略和执行肯定有所不当。所以在商业竞争中企业的规模大小，科技水平这些仅仅是客观条件，企业的生存与发展还需要好的竞争策略。否则还是会有被竞争者超越的可能。

如何选择竞争对手最薄弱的环节进行攻击，又怎样集中优势资源作强大的正面攻击，以抢夺市场；《决胜——商战谋略全揭秘》既有通过侧翼定位来确保市场的防御措施，更有巧用攻心策略，不战而屈人之兵的遏制方法，是不可多得的经典读本。

《决胜——商战谋略全揭秘》由宗坤编著。

<<决胜>>

作者简介

宗坤，男，37岁，著名心理学家、教育家，箭期执教二十余年，对人生有着颇多的感悟。多次到全国各地进行演讲，获得众多好评，其著作也获得了大家的认可，深受读者喜爱。

<<决胜>>

书籍目录

- 第一篇 古今兵法三大精义
- 第一章 古今战史三大教训
 - 商场争霸战市场争夺战
 - 以战史三大教训为个人战略
- 第二章 兵力和空间的比率
 - 敌人俯首称臣——苏军攻克柏林
 - 数字的优势
 - 规模经济的力量
 - 知识经济时代的报酬递增法则
 - 兵力对空间比率的重要性
 - 取得局部优势
- 第三章 守而必固履险如夷
 - 地势的优势
 - 商务保卫战的效力
 - 商战防御的层面分析
 - 保护侧翼的重要性——海湾战争
 - 在商场上捍卫侧翼
- 第四章 特攻战力，所措必胜
 - 发展高竞争性核心战斗力
 - 高竞争性特攻战力矩阵
 - 取得高竞争性核心战斗力的四条蹊径
 - 核心能力——以长虹为例
 - 高瞻远瞩
- 第二篇 知识经济时代的企业核心能力
- 第五章 低成本特攻战力
 - 低成本特攻战力
 - 低成本特攻战力的养成——品牌成本控制
 - 商场上的低成本竞争案例
- 第六章 差异区分性特攻战力
 - 马其顿系统的弱点
 - 完美的战斗机器
 - 保持差异性
- 第七章 有选择性进攻——战斗力的核心作用
 - 挽弓当挽强——集中攻击力的英格兰长弓
 - 重点进攻的商场应用
- 第三篇 战斗评估：如何选择战略吧
- 第八章 基本战略抉择
 - 运筹帷幄，决胜千里——企业策略
 - 战略的综合运用
 - 战略推移
 - 战略评价与调整——影响战略选择的主要因素
- 第九章 正面战略
 - 正面战斗战略
 - 后勤系统
- 第十章 奇袭战略

<<决胜>>

攻击性奇袭战斗战略
商业竞争中的奇袭战略
结语

章节摘录

总结古今中外战史的三大教训——特攻战力、高兵力对空间的比率以及固若金汤的防御，无疑对当今的商战有着有效地指导意义。

进而具体到创业者，或者一个企业的主管将这三大教训转化为个人战略，则是由理论层面到实践层面的关键性步骤。

以宏观的思想观为坐标，胸中自有丘壑，方可成大事。

正面战略 所谓正面战略，就是凭借自身雄厚的实力，渗透到敌人的核心地带与竞争对手展开正面的对抗，以压倒性优势取得胜利，进而抢占对手的市场份额，巩固并扩大自身的经济实力和产业影响力。

这种战略，主要取决于实力以及领导者的竞争风格，因此有着鲜明的个人特色。

在战争史上，这种战略屡被应用，战绩非凡，但是也往往损失严重。

而在商场中，IBM的事例可以充分地说明正面战略。

1981年8月，IBM以其高价的个人电脑，袭卷美国十亿四千万美元的个人电脑市场，企图从苹果牌手中夺得盟主。

IBM以四千万美元的广告预算攻击家用电脑市场，企图吸引那些未用过或未听过IBM电脑的顾客。

IBM用专有的零售产品中心以及八百家精选的电脑零售商来销售个人电脑，且用其强大的销售力及在电脑界的声誉，来渗透办公室市场。

1982年底，IBM在24亿美元的个人电脑市场中，占有率17%，仅次于苹果牌。

IBM从很多组件制造工厂（即卫星工厂）中获得原料的供应，并以高度自动化的机器来加以装配，以便使成本降低。

IBM挟其成本优势，于1984年4月发动了二度攻击、所使用的武器是“降价20%”。

这个正面攻击迫使其他制造商，不得不以更低的价格引起经销商的兴趣以及吸引顾客。

在这种利润的压力之下，许多小规模的公司被封杀，不得不退出电脑业。

在1983年，IBM就取代了苹果牌，成为个人电脑界的盟主，在美国42亿美元的个人电脑市场中占26%。

我们不难发现，IBM之所以能够在个人电脑业中取得领导性地位，原因在于行销及配销的技术、获得产业标准化以及低生产成本等因素。

从这个事例中我们可以发现，正面战略往往被认为是最有效果、最能够立竿见影的主动性策略。

而要使这种战略奏效，有以下几点需要企业主管注意：首先，对企业资源的价值要有清醒的认识，冷静地进行评估，确定优势资源。

以战略需要为准，以优于竞争对手和市场需求为坐标，并与其它竞争要素综合权衡，客观评估。

企业内最有价值的资源、能持久发挥的资源、独家拥有的资源等进行分析、测试，确定优势资源。

其次，努力地保持优势资源，这是保证正面战略得以实施的关键所在。

在残酷而又瞬息万变的市场竞争中，企业要取得正面战略的胜利，不仅仅要拥有优势资源，更重要的是如何保持优势资源。

这就需要主动的精神和坚持不懈，在一定时期内集中投入，不断提高优势资源的质量和数量。

一方面可以通过对优势资源不断进行投资与更新，提高其等级来保持优势资源；另一方面则是通过发挥优势资源达到最大效益来保持优势资源，发挥优势资源的渗透与幅射能力，扩大竞争领域。

再次，实现优势资源的有效分配与协调。

这个实际上是对优势资源管理的艺术问题，即合理分配与协调。

一要集中优势资源。

集中优势资源于某一与其相匹配的竞争领域，制定专业化的产业发展战略，不断投入、培养、保持、提高这些优势资源，就能创建战略优势而使公司立于不败之地；二要转移优势资源。

当公司现有的优势资源不能得到最大效益时，就要寻求明智的再分配。

将优势资源转移到与之相匹配的事业上，这是通过优势资源的转移以创建战略优势；三是共享优势资源。

<<决胜>>

近年来许多先进的经营模式为企业创造了强大的竞争战略优势，其根本就在于知识、信息等优势资源的共享所起到的举足轻重的作用。

科技是第一生产力，它将成为未来企业的核心优势资源，让其在公司内充分共享，则将创造出爆发性的战略优势。

奇袭战略 不论在商场或在战场上，采取正面攻击策略的关键性因素就是要确信有充裕的资源，才能与对手决斗，并且要事先衡量可能的损失，切忌鲁莽行事。

这些例子告诉我们，采取正面攻击是风险极高的作战行动，不论投入多少资源，都没有完全成功的保证。

其他形式的攻击策略，例如奇袭战略非传统式攻击，如能巧妙运用的话，必能以较低的成本、较低的风险来粉碎竞争者。

正如沙利芬所言：“奇袭攻击是整个战争历史的本质。

”奇袭攻击的目的在于对敌人的侧翼施加压力，然后节节逼进，深入敌人核心部位。

在战争史上，奇袭攻击是广被使用的一种策略。

1757年腓特烈大帝的罗士巴屈之役，以及蒙特克在格纳维罗特的普法战争，都曾使用过奇袭攻击的策略。

在现代史上，1944年盟军在德国阵营1120公里后方的地方，也就是在意大利的安齐奥附近的两次登陆，即是成功的袭击实例。

在商战中，有效运用奇袭攻击的前提是，以创新的方式发挥优势，攻击敌人的弱点。

可用的策略有地理、行销及技术方面的袭击。

我们仅以技术突袭为例，阐明这种战略的有效性。

以技术攻击对方弱点，是指突然性的提供创新的利益来吸引顾客，并提供竞争者无法提供的新技术或新应用。

.....

<<决胜>>

编辑推荐

《决胜：商战谋略全揭秘》以古今战争史的战略得失，印证近日企业的策略成败，在介绍美、欧、日等经济强国，将军事战略战术运用于企业经营策略和市场竞争的最新的宝贵经验的基础上，告诉企业主管，在进行商场争夺战时，所考虑的有关企业策略方面的基本问题，以及如何运用各种军事策略原则，来赢得一场漂亮的商战。

书中既有如何选择竞争对手最薄弱的环节而致其死地的技巧，又有怎样集中优势资源作强大的正面攻击，以抢夺市场的战略；既有通过侧翼定位来确保市场的防御措施，更有巧用攻心策略，不战而屈人之兵的遏制方法……实为企业主管不可或缺的商战兵法大全。

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>