

<<我能让你的销量翻倍>>

图书基本信息

书名：<<我能让你的销量翻倍>>

13位ISBN编号：9787540464608

10位ISBN编号：7540464607

出版时间：2013-12-1

出版时间：湖南文艺出版社

作者：（韩）IGM世界经营研究院

译者：金善花

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>

<<我能让你的销量翻倍>>

内容概要

4年销售额翻30倍的Sonicbids
三年成长400倍的Ideeli
绑定Facebook、两年用户突破1亿的Zynga
卖二手手机、4年成长18倍的Flipswap
占英国快递市场70%份额的Bybox
没有向顾客收一分钱却有大量资金进账的Tatacopy
经济萧条期生意反而更火的KAO
世界名牌无一不用的拉链YKK
东大毕业生抢着应聘的日本赌博公司Maruhan

.....
欧美日韩，这些发达国家和地区的最顶尖企业现在都在做什么？
他们瞬间吸引顾客、打败竞争对手、独占市场，用的是什么招数？

本书介绍的60个企业所开创的销售、经营模式，就是目前世界上最耀眼的、很多尚未被中国引进的、代表着世界流行趋势的最新商业创意。

经济学认为，获得超额利润的关键是拥有超级生产力或者创造性的经营方式。

《我能让你的销量翻倍》是亚洲最大的CEO和高管专业培训机构，IGM世界经营研究院内部培训使用的创意训练培训课程。

这些案例来自欧、美、日、韩等国的领头企业，这些企业各出奇招，在各自的行业内或以最快的速度占领了市场，或以最持久的实力保持着优势。

《我能让你的销量翻倍》通过这60个案例介绍了国际上中小企业“发迹”成为顶尖企业关键环节的创意。这些创意是当今世界最前沿的经营技术、最新潮的成功经验，它们既有销售领域的，也有生产、技术、管理领域的，大多数是目前中国市场中还没有出现的做法。比如，在饱和的市场中，如何找到或开创空白；在夕阳产业里，如何赋予产品新价值，使之成为朝阳产业；只是转变一下销售的某个环节，就能促使人们疯狂购买，等等。

《我能让你的销量翻倍》对想要扩张市场份额，但是没有太多资本、也没有背景的中小企业主管，以及面对饱和的市场想要开辟新局面的企业管理者尤为适用。

<<我能让你的销量翻倍>>

作者简介

IGM世界经营研究院，即Institute of Global Management世界经营研究院，亚洲最大的高级管理人才培训机构。

该机构专门针对企业CEO和高管进行高端培训，已向社会输出超过10000名CEO及高层管理人才。

2010年进入中国和美国，是跨越美亚两区的国际经营教育权威。

在中国主要和名牌大学的MBA、EMBA、总裁培训等高端培训项目合作。

<<我能让你的销量翻倍>>

书籍目录

目录

- 导论：商业改革的创意 / 001
- Paradox! 创意方法 1
- 解决不可调和的矛盾即可主宰市场
- 矛盾心理：
- 想低价买名牌VS名牌贵才叫名牌 / 002
- 两只兔子：
- 像经营快餐那样经营西餐厅 / 005
- 诉求与现实：
- 购买私人飞机，没钱也可以？
/ 009
- 产品幻想：
- 保持高温但不会烧坏衣服的熨斗 / 011
- 改邪归正：
- 需要天才VS可用的人才在哪里？
/ 013
- 相反课题：
- 短期业绩VS长远发展之间的高超平衡 / 016
- Superman! 创意方法 2
- 解决别人不想做的事
- 苦恼：
- 不用为特殊日子买高价衣服烦恼！
我们借给你 / 020
- 懒惰：
- 点击一下，想看的电影就会送到家 / 024
- 矛盾：
- 不用卖车也可以拥有自己的专车 / 026
- 厌烦：
- 像游戏一样学习，效果增100倍 / 029
- 等待：
- 占据快递市场70%份额的公司有什么招？
/ 031
- 麻烦：
- 只解决一个麻烦就能征服一个市场 / 034
- Hunt! 创意方法 3
- 创造新价值的人，在红海中找到蓝海
- 弱势群体：
- 所有快递员都是听觉残障人士——“奇迹快递” / 038
- 新潮流：
- 先用新媒体者得天下 / 041
- 全民拥护：
- 令奥巴马放不下、可口可乐垂涎的饮料Honest Tea / 045
- 红海中的蓝海：
- 美国最牛出租车公司开拓的新领域 / 049
- 网上没有的：

<<我能让你的销量翻倍>>

网上卖眼镜一夜爆富的穷大学生 / 052
顾客的不便：
生产手机饰品的企业有多赚钱？
/ 055
新空白：
TV收费市场上获利的NDS / 058
女人的钱：
为什么越贵的指甲油反而越畅销？
/ 061
食品产品的命根：
美国第一酸奶生产企业做了什么？
/ 064
Break! 创意方法 4
对习以为常的东西提出质疑
偏见：
经济萧条期，做什么反而最赚钱？
/ 068
常识：
低收益领域也能创造高收益 / 073
错觉：
傍定业界大款 / 076
捡漏：
4年收益增长30倍的某演艺公司 / 079
森林：
爱迪生发明的不是灯泡，是电网 / 082
曲线：
把广告做成演出 / 085
惯性：
企业也要打造自己的“特别部队” / 089
比赛：
向社会问创意、摆点子擂台的思科 / 091
乌托邦：
伊那食品工业的“年轮经营观” / 094
动员：
皮克斯动画工作室13年大获成功的秘诀 / 099
随机：
只要有好点子，谁都可以当领导 / 103
Redefine! 创意方法 5
将过时的再定义为超时代的
发现价值：
重新定义核心产品的价值而重生的漫威漫画 / 108
核心技术：
富士胶片制作化妆品？
转型的成功典范 / 111
形象代言：
从蓝莓到郑亨敦，40岁三立面包的华丽变身 / 115
概念化价值：

<<我能让你的销量翻倍>>

世界名牌都在用的拉链 / 118
价值桥梁：
免费经济的二次盈利模式 / 122
颠覆形象：
柏青哥不是赌博，是娱乐 / 125
彻底重建：
本地化占领中国大陆市场 / 129
回收垃圾：
销售二手手机，4年成长18倍 / 132
异域移植：
创意也可以入股公司 / 135
Date! 创意方法 6
和未知的世界的对接
传统与网络：
社交商务网站上没有卖不出去的商品 / 138
从里到外：
裸装红酒的大卖 / 141
跨领域：
年销售额500亿的巧克力企业转向另一个竞争市场 / 144
大公司的专属物：
年销售额13亿美元的软件商 / 147
从理性到感性：
占领世界广告市场的并购高手阳狮集团 / 150
另一个时空：
30年后，人们怎么工作？
/ 153
战略的中心轴：
通用电气屹立百年不倒的密码 / 156
Pick one! 创意方法 7
抓住最重要的一点
奢侈：
世界级奢侈品生产商的独家策略 / 162
专用：
极限运动人士专用耳机 / 165
限量：
苹果专属限量版全球唯此一家售 / 168
极简：
最畅销的不是最好的，而是最实用的 / 173
唯一：
培养消费者只使用自己品牌的洁癖 / 176
Cut off! 创意方法 8
果断删除不需要的，减少妨碍因素
没兴趣：
我们的健身中心只有塑造S曲线的器械 / 180
没需要：
世界级酒店没有衣橱和西餐厅？
/ 183

<<我能让你的销量翻倍>>

不舍本：

60多年致力于打造一种品质 / 187

不必要：

打折超市阿尔迪的高利润来自哪里？

/ 191

不强迫：

让顾客成为企业的粉丝 / 194

无泡沫：

“裸包红酒”砍掉价格泡沫后，前景将会怎样？

/ 197

不浪费：

三星派千名职员到一个小企业学习什么？

/ 200

<<我能让你的销量翻倍>>

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>