

<<商战中的心理学>>

图书基本信息

书名：<<商战中的心理学>>

13位ISBN编号：9787545410785

10位ISBN编号：7545410785

出版时间：2012-1

出版时间：广东经济出版社有限公司

作者：孙科炎

页数：299

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>

<<商战中的心理学>>

内容概要

这本书讨论的问题是如何做好决策，针对的内容是经营管理者的决策任务。

确切地说，这本书包含两个主题。

一个是客观上的，指的是企业经营应该遵循何种规则，一个企业的生存与发展应该要求经营管理者在特定的情况下，做出什么样特定的决策。

一个是主观上的，指的是经营者应该具备怎样的洞察力、视野和心智，以便最终能够做出符合企业发展需求的决策行为。

这是两个相互关联的主题。

对这两个主题，很多优秀的管理专家、学者实际上已经作了广泛而深入的研究。

但是，对“两者之间的相互关系是怎样的”这方面的内容，很多人却鲜有了解。

<<商战中的心理学>>

作者简介

孙科炎

企业管理咨询师、人力资源管理专家，研究方向包括企业战略管理、人力资源管理和员工职业素质教育等，长期为企业提供战略管理、人力资源管理咨询以及团队职业素质、执行力培训等方面的咨询服务。

著作有《怎么沟通，领导才放心；怎么做事，领导才信任》《大误区：中国企业经营管理的批判性反思》等。

<<商战中的心理学>>

书籍目录

第1章 商战决策的真相

1. 生活在昨天的决策者

大企业的衰落曲线

小企业的“九死劫”

决策者的心理依赖症

2. 危机将从何处开始

危险的选择性定义

不要做“事后诸葛亮”

失败者的心理样板

3. 在不确定性动荡中生存

井井有条就是好的吗

消极心理的偏好机制

 重塑创造性破坏的意识

 突破惯性衰退的轨道

 机会意识的回归

远离问题群的羁绊

机会最大化的资源法则

5. 决策者要有这些心理特质

这样的偏执狂才能生存

引领创造性的竞争优势

创造力来源于满足消费者需求

具有吸收力的心灵

第2章 战略竞争的关键路径

1. 商战竞争的战略支点

如果竞争无处不在

战略性引导消费

从消费市场到消费市场

2. 锚定消费者的价值动机

消费者感知的内在基点

价值动机的锚定路径

让消费者感知到动机满足

3. 无法替代的价值形象

塑造清晰的角色形象

决策者与消费者的自我角色

印象匹配度：牢不可破的商业竞争力

4. 影响消费者感知的核心策略

替代经验的有效性

新体验如何影响消费者

改变消费者的核心价值观

5. 建立内在的行为关联

我们能满足消费者的内心祈祷吗

.....

第3章 差异化再造的途径

第4章 聚集消费者认知

第5章 掌控消费者的心理情境

<<商战中的心理学>>

第6章 为消费者创造新体验

第7章 主导变化，持续领先

<<商战中的心理学>>

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>