

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

图书基本信息

书名：<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

13位ISBN编号：9787560531328

10位ISBN编号：7560531326

出版时间：2009-6

出版时间：西安交通大学出版社

作者：刘世忠 著

页数：191

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>

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

内容概要

2008年开始的全球性金融危机犹如瘟疫一样席卷全球。

我国企业也受到不同程度的影响，出口下降、工人下岗、失业增高，使本已积重难返的大学生就业问题变得更加严峻。

据国家人事部统计资料显示：2009年全国高校毕业生超过560万，近两年沉积的未就业的高校毕业生约有480万人，2009需就业的大学生高达千万人。

一边是更多的毕业生需要就业，另一边却是工作岗位减少、大量员工失业的现状。

如何能在这场就业危机中杀出重围，找到一方立足之地，成为2009年人们最关注的问题之一。

对于不能就业的人来说，只能选择自己创业。

国务院实施扩大就业的发展思路，明确强调“以创业带动就业”，使“创业”成为备受大学以及社会关注的焦点。

可是创业对于刚毕业的学生和下岗工人来说，有高达95%的失败率。

实际上10个创业者有9个都成为了烈士，撞死在刀口上。

阿里巴巴总裁马云这样形容：“今天市场很残酷，明天更残酷，后天很美好，可是大部分人死在明天晚上看不到后天的太阳。

”这就是目前创业的现状。

毕竟创业需要很多经验，诸如商机判断、项目（产品）选择、市场分析、项目选址、资金投入、项目运营、项目包装、营销策划、广告传播、员工激励等，任何一个环节均存在风险。

但实际上，你很难一开始就能熟练掌握和高超运用每一项过程，你需要丰富的经验。

经验从哪里来，有两种方法：一是按照自己的创业思路走，亲身实践一遍，但不排除付出惨重代价的可能；二是学习与交流，和成功创业人士分享实战经验，学习创业的方法，结合你自己当前的能力和资源，把能够回避的风险看得清清楚楚，尽可能的减少损失。

创业初期是相似的，结局却大相径庭，有人轻轻松松赚大钱，有人劳累一生赚小钱，相似的开始，不同的结局，关键在于你选择什么样的方法。

本书主要内容是：让创业者学会运营企业，诸如如何选择适合创业者的商业模式？

如何打造出创业者赚钱的印钞机？

如何整合各方面的资源为你所用？

如何攻占行业的制高点？

如何打造“偷不去、买不来、拆不开、带不走和溜不掉”的企业核心竞争力？

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

作者简介

刘世忠：中国十大创业培训师，中国广告策划专家，企业金牌讲师，远视界创业培训机构董事长，多家知名出版社撰稿人。
他整合多年商战经验，先后著成《品牌策划实务》、《老板是怎样炼成的-商机发现》、《老板是怎样炼成的-项目包装》、《老板是怎样炼成的-项目运营》、《老板是怎样炼成的-广告与传播》。

刘世忠学识广博，经验丰富。
作为培训师，他将相声的幽默融入陕北腔调的普通话中，演讲风格独特，堪称培训师中的怪才，被誉为培训界的“赵本山”，华人最权威的实战型培训专家“余世维”的接班人。
他是中国大陆创业培训第一人，他的书也是论实战于谈笑间，寓理论于诙谐中，蕴哲理于浅显处。这几本书理论联系实际，语言滑稽幽默，使你在励志中点亮人生，创业中改变命运，快乐中领略创业乐趣。
为满足广大创业者的要求，刘世忠的视频讲座VCD光盘也将随后推出。

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

书籍目录

研究企业的市场 研究消费者 明确竞争对手 研究竞争对手整合资源 整合资源的作用 整合资源的形式
打造企业的经营模式 成熟的商业模式 寻找企业的赢利点攻占行业制高点 各个行业的制高点 企业如何
攻占制高点 细分市场里的制高点打造企业的核心竞争力 打造产品优势 打造成本优势 打造品牌优
势 打造渠道优势 打造附加价值优势打造产品的“感觉” 塑造产品的精神 塑造产品的文化 文化资源
的运用参考文献后记

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

章节摘录

研究企业的市场当你找到了一个有潜力的市场以后，你就要在这个潜力市场里找寻终实顾客。

只要有几千名忠实顾客，你创办的企业就能生存和发展。

假如获得你所提供服务的顾客每年只向你支付100元，开拓1000个顾客就意味着你每年能够获取10万元

。如果你能找到每年能为你支付1000元的顾客1000个，你就可以创建年收入100万元的企业。

如果你想为你支付1000元的顾客达到10000个，那么你就可以创建年收入1个亿的企业。

而拥有这么多顾客的秘密就在于：这个市场的顾客都喜欢选择你的产品，而不是竞争对手的，要做到这点，你就需要做市场研究。

市场研究就好像穿衣服系第一颗扣子，如果第一颗系错了，后面就跟着全错了。

华旗数码科技公司1993年建立，公司刚开始是中关村一家电脑配件分销商，主要代理别的厂家品牌，后来逐渐开发出具有自主知识产权的产品。

现在市场上备受消费者欢迎的“爱国者”正是华旗数码科技公司的自有品牌，目前“爱国者”品牌有数码存储、MP3播放器、视频产品、DIY等系列产品，其移动存储产品、显示器、视频产品以及MP3播放器连续数年位居中国市场占有率第一位。

能有这样的成绩，源自华旗对IT市场的研究。

华旗总裁冯军说：“我们的核心工作是研究市场、研究消费者，设计适合消费者需要的产品，然后进行推广。

”不是新技术本身而是为使用新技术的客户创造价值，所以华旗研发人员需要至少每月进行一次市场调查，了解消费者的需求。

在新品上市前，华旗坚持利用内部和外部调查分析市场。

这是华旗能迅速超越对手，占据中国市场的法宝。

研究市场主要研究哪些内容呢？

怎么研究呢？

该如何着手呢？

研究市场就是要研究市场环境、研究消费者、研究竞争对手这三个方面。

市场环境，包括区域市场的人口环境，消费者总量、最大容量，当前市场的销售额，消费者总的购买量，未来的市场发展趋势和规模以及市场特点（市场特点：这个市场与其他地方市场有什么不同，有什么特点，市场有无季节性。

如果你是销售雪糕的公司，想进入东北市场，你就要研究东北市场的特点。

东北冬天很冷，但是东北的市场有特点：天寒地冻，人们喜欢喝冷水，喜欢吃冷的东西，因此冬天那里的冷水机和雪糕卖得很快。

为什么？

因为东北房子里特别热，暖气烤的特别厉害。

东北是这样的，房门一打开，进门是零上20度，出门是零下20度，房子里热的还要上火，因此冬天的制冷的饮水机和冰冷的雪糕销售的特别快。

这些就是市场特点）等。

产品和服务必须密切注意企业在区域市场的人口环境的动向，因为市场是由那些想买东西，并且有购买能力的人构成的，而且这种人越多，市场规模越大，因此要考虑不同年龄层，不同家庭结构，人口流动性等各方面因素。

如果你是卖农药的，就要了解这个城市的瓜地有多少亩，大棚菜地有多少亩，闹的是什么虫害。

如果你是卖饮料的，就要了解当地每年的消费量是多少，超市终端有多少等基础数据。

研究市场，不光要研究市场环境，更重要的要研究消费者和竞争对手。

我们首先说研究消费者。

研究消费者研究消费者就是我们所说的研究顾客，研究你的目标顾客为什么使用这个产品，喜欢这个产品的哪方面，对它的形状、色彩、功能、性能、质量……还有什么要求。

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

如果没有研究这些因素，你就不知道顾客的喜好，不知道他们对产品的要求，你的产品就没有人来买，因为你生产的产品不是他们所喜欢的，不是他们所需要的。

没有顾客，你的企业是会倒闭的。

顾客购买产品或服务是为了满足不同的需求，如，他们购买：

- 自行车，是因为他们需要交通工具。

- 漂亮衣服，是为了使自己的外表更美观得体。

- 电视机，是为了获得信息和娱乐。

- 防盗门，是为了居家安全。

顾客是企业的根本，如果你不能以合理的价格向他们提供他们需要和想要的产品，他们就会到别处去购买。

对你满意的顾客会成为你的回头客，他们会向自己的朋友和其他人宣传你的企业。

让顾客满意，就意味着会给你带来更多的销售额和更高的利润。

如果你解决了顾客的问题，满足了他们的需要，你的企业就有可能成功。

北京有个老板注册了一个“星期天农民有限公司”，主要业务是出租农家小院，将它们出租给北京的中产阶级。

他发现北京的中产阶级有这些共性：这伙人出生于六七十年代，现在三四十岁，八十年代上的大学，大约有50来万人；这些人现在位于中央部委，至少是处级干部以上，要钱有钱要房有房要车有车；他们大部分是从农村长大的，靠改革开放的政策，考到了北京名牌大学；这些人物质方面的东西全部已经有了，但是情感上寂寞，没有过去的那种邻里乡亲走家串户的习惯了。

因为在一栋楼只认识对门的邻居，楼上的楼下的就不认识了，机关单位的同事见面也是只打个招呼。

因此这些人经常追忆农村的那种感觉，回忆当时上大学时候，邻里乡亲送鸡蛋送苹果，送了一程又一程，那种感情特别朴实，至今还历历在目。

每当回忆起父老乡亲的那种纯真的情感，都会感怀。

但现在在城市中，每天生活成了单位、家、厕所三点一线，生活很无聊单调，因此有一种特殊的怀旧感。

根据这些人的这种心理，这个老板就在河北省的一个小县城（紧挨着八达岭长城的北侧）承租了2万亩土地，并且注册了“星期天农民有限责任公司”。

在2万亩土地上做了780户农家小院，每户小院有三间茅草房。

盖小院花费3000元。

每家的三亩土地是从农民手里花3000元租过来的。

过去农民守着三亩土地辛辛苦苦一年，收入不到3000，现在公司花3000元把这三亩土地租过来。

条件是租哪家土地，要求哪家的农户帮助准备种子、化肥、农药，并且到了季节要负责耕种，负责保护，负责收割。

2004年5月1日-5月7日，780户农家小院面向北京市的这些特殊的中产阶级招商租赁。

三亩地的租金是15000元，投资总共才6000元，每出租一户农家小院就能赚9000元，简直就是暴利，可是780户农家小院仅7天时间就被一抢而空。

这些中产阶级把农家小院租下来后，一个星期带着家人去那里一次，有时忙，一个月也见不到一次。

没关系，庄稼由当地老百姓负责打理保护。

种了一地的玉米，到秋天收成的时候，只拿七八根，剩下的统统给当地老百姓。

当地老百姓不明白这些人：开着车，耗着油，累的满头大汗，最后粮食又留给他们。

后来这个公司又搞了二期三期，都被一抢而空。

为什么这个公司生意做的这么好呢？

主要是他非常了解他们的目标消费群——北京特有的中产阶级，可以说这些农家小院，就是专门为这些人量身订做的，非常符合他们的心理和生理的需求。

因此企业只要能根据顾客偏好及其变化趋势为其提供新的产品或服务，那么做成买卖的机率就会大增，就能获得高利润。

所以要想使销路很快打开，创业者必须要将顾客的心摸透，这样才能“对症下药”。

看看福特汽车公司是怎样对顾客“对症下药”的：什么是顾客的偏好呢？

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

简单来说，顾客偏好就是顾客特别需求的。

这里面包括两点： 顾客的特别需求； 顾客愿意为这种特殊的需求多付钱，两者缺一不可。

一般来说，顾客会有两组需求，一组是能明确说出来的需求，叫有声的需求。

对有声的需求一般企业都比较容易了解，因为顾客会直接告诉你。

另一组是沉默的需求，或者说是潜在的需求。

发现这一需求是比较困难的，但必须做到这一点。

比如在酒店里，我们经常会遇见这种情况：“你要什么样的啤酒？”

“最好的纯啤酒。

”酒客都会很爽快地同答。

“最好的纯啤酒是什么样的？”

你用什么标准来衡量啤酒的纯度？”

“这……”顾客一般只剩下张口结舌的份儿了。

事实上，人们喝酒只是为了满足生理需要，“纯度”对于他们来说只是一种模糊的概念。

一位番茄酱制造商一直对自己公司的包装瓶外观很不满意，就请人进行调查，大部分接受调查的人表示比较喜欢公司正在考虑的新型瓶装。

结果又怎样呢？

当公司的这种新型瓶装产品推到市场作试验性销售时，情况却很不乐观。

绝大部分人依然买旧瓶装的产品，就连在调查中表示喜欢新瓶装的人也不例外。

原来，“上帝”心里对自己的喜好，本来就没数，也难怪人们的答案常常与事实有那么大的出入，看法也是各有差异。

有时候，消费者即使知道自己的需要和爱好，也不见得会据实相告，他们在不经意的瞬间，会做出与自己意愿完全相反的答案。

北京统一石化有限公司总经理李嘉说过这样一段话：我们一开始就做高级润滑油，在油质上与壳牌、美孚这些国际著名品牌没有什么差别，但为什么高端市场我们就进不去？

我觉得就像中国人当年迷恋日本电视机一样，纯粹就是心理因素作怪。

一双运动鞋打上耐克商标，马上就销售掉了，可是打上别的商标，摆在柜台上几个月都无人问津。

很多企业家把产品的中文商标印在衣服醒目的位置上，然后在惨痛的营业数据面前疑惑不解：我的裁制很好、款式很新、价格适中，为什么消费者不买账？

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

后记

经过多年对“创业”这个课题的研究，终于为创业者编写出一套创业系列丛书，希望这一系列丛书对创业者有所帮助。

丛书是否有市场需求，在写作前还不敢确认，但在书稿收尾时，正好赶上十七大召开，得知十七大报告明确强调“促进以创业带动就业”，使我对这一系列丛书的市场价值有了更坚定的信心。

在写作的三年多时间里，我由衷地感谢我的同行和同事，在我遇到困难的时候，他们给我以鼓舞和支持；我要感谢我的家人，正是他们无私的帮助，默默的支持，才让我有信心坚持做自己喜欢做的事情。

感谢我的伯乐——章翔主任，在我人生低谷的时候，是他发掘了我。

认识他以后，我的人生才得以转变。

我感谢他，感谢他一直以来对我的关心与帮助。

感谢陈丽、李升元老师对我书稿的厚爱，感谢为此系列书操劳的编辑李成、袁娟、蔡庆华、段宏亮。

还要感谢左红梅、余文、杜芳芳，是她们在百忙之中，为我修改书稿。

尤其要感谢我的妻子——左红梅，这四本书能成功出版，与她默默的支持是分不开的。

写作的过程是艰苦的也是快乐的，书中每个字都凝聚了我多年的经验与心血，希望本套丛书能帮助创业者少走弯路，能够给他们一定的启发和感悟，由于时间匆忙，书中难免有些不足，希望读者见谅。

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

媒体关注与评论

我们每个人，都想得到别人的尊重，都想得到社会的认可，都想展现自己的价值，那么创业无疑是一条最好的道路。

——张瑞敏（海尔总裁）对所有创业者来说，永远告诉自己一句话：从创业的第一天起，你每天要面对的是困难和失败，而不是成功。

创业者是没有退路的，最大的失败就是放弃。

——马云（阿里巴巴董事局主席）我们需要更多的创业者，需要更多的创业人才推动我们中国向更高的一个台阶发展。

牛根生（蒙牛董事长）做企业当老板需要在社会中学习，社会才是最好最实用的大学。

生活是最好的教师，校园生活里的读书学习是浅层次的学习，深层次的学习还是靠实践。

——严介和创业者的坚韧性和抗打击能力对创业来说非常重要。

可以说一个人的心理承受能力也决定他未来能做多大的事情。

只要你敢下海，敢自己干，你必须有这种经历的。

——俞敏洪（新东方董事长）在创业选择某行业时，先想你是不是会在这个行业聚焦十年，在一个领域，一旦看准这个地方有水，就不断地挖，碰到树根挖掉树根，碰到石头挖掉石头，十年如一日打下去，你肯定会看到水的一天。

如果老是换坑挖，十年十个坑，你永远也见不到水上来。

——江南春（分众传媒总裁）

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

编辑推荐

《老板是怎样炼成的:项目运营(全新版)》:谨以此丛书献给千万的创业者!
成千上万成功创业者的经验将是你成功的阶梯,来自实战的谋略和技能将帮助你实现老板梦。

<<老板是怎样炼成的-项目运营>>

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>