

<<谋划>>

图书基本信息

书名：<<谋划>>

13位ISBN编号：9787560946269

10位ISBN编号：7560946267

出版时间：2008-12

出版时间：华中科技大学出版社

作者：沈志勇

页数：307

字数：265000

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>

<<谋划>>

内容概要

《谋划》就试图从一个行业发展的三个阶段来总结这些不同行业的不同领袖型企业的近乎相同的成功奥秘。

托尔斯泰说：“幸福的家庭家家相似，不幸的家庭各有各的不幸。”

这句话运用在我国各个行业的领袖品牌和标杆型企业的身上，那是再合适不过的了。

我们说：“不成功的企业各有各的不成功，但成功的企业都有它相似的成功之处。”

通过对多个行业标杆型企业成功规律的了解与总结，笔者发现了这一条定律。

纵观我国众多行业的标杆型企业，你会发现它们所走过的道路竟然有很多相似的地方，特别是它们的成功之处，竟然有更多相似的规律。

作者简介

沈志勇，上海超限战营销策划机构总经理，叶茂中营销策划机构原策划总监。

营销畅销书《谋势》一书作者。

销售与市场杂志社第一营销专家团成员、营销高级研究员；糖烟酒杂志社中国食品产业顶级专家团顾问、中国食品产业孵化计划指导专家团成员；具有13年营销策划与市场实

书籍目录

自序 中国标杆型企业成功的奥秘第一章 决胜开端 趋势的力量 要有发现机会的眼光 品类
创建品牌 “时势造英雄”与时势造品类 刻下品牌的烙印 品牌要有自己的纲领 打造产品“静销
力” 走进娱乐营销新时代 搭上体育的顺风车 品牌中国化 案例分享一：一个“神话”品牌的非
神话策划 案例分享二：发现一个行业比发现一个市场更重要 案例分享三：新品类是这样炼成的
第二章 生存第一第三章 从核心扩张

<<谋划>>

章节摘录

第一章 决胜开端趋势的力量中小企业快速崛起的秘诀在哪里?达到以弱胜强的策略是什么?是“用势”。

强者没有强大到不可被战胜;弱者没有弱小到不能参与竞争。

强和弱之间,泾渭并不那么分明。

再强的强者也有其弱点,因为这个弱点,强转瞬间可以变成弱;再弱的弱者也有其强项,因为这个强项,弱转瞬间也可以变成强。

关键就在于找到那个点,那个点就是转化强弱之间力量对比的关键。

这个点,就是“势”。

弱者之所以弱,是因为其主观原因弱;强者之所以强,是因为其主观原因强。

要实现以弱胜强,弱者必须借用客观环境来扩大自己的优势,并利用客观环境来削弱强者。

这个可以借用的客观环境,就是“势”。

“用势”理论是我国人自古以来极为强调的策略宝典。

我国历代帝王把为政之道归纳为“深谋、杀伐、聚贤、用势”,“用势”对于为政或经商都非常重要

。《孙子兵法》曰:“故善战者,求之于势,不责于人,故能择人而任势。

任势者,其战人也,如转木石。

木石之性,安则静,危则动,方则止,圆则行。

故善战人之势,如转圆石于千仞之山者,势也。

”

<<谋划>>

编辑推荐

《谋划》由华中科技大学出版社出版。

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>