

<<利润倍增的49个细节>>

图书基本信息

书名：<<利润倍增的49个细节>>

13位ISBN编号：9787801973535

10位ISBN编号：7801973534

出版时间：2006-3

出版时间：企业管理

作者：杨进

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>

## <<利润倍增的49个细节>>

### 内容概要

《利润倍增的49个细节》正是从企业赢取利润这一根本目的出发，结合成功企业的实际案例，分析和探讨了增加企业利润的基本思路和方法，切实有效，简单易行。

研究表明，中国企业80%有规模的企业，在现有规模是普遍具有增加30%-50%利润的潜力。

只要掌握合适的方法，许多企业在现有经营规模基础上，均有巨大的利润提升空间！

《利润倍增的49个细节》将有效帮助你的企业应对微利时代的挑战，实现利润倍增目标！

如果你正经营一项事业，或管理一家公司，那么悉心研读《利润倍增的49个细节》，你就能深谙利润倍增的秘诀。

如果你现在只是一名普通的员工，也能从中获得启迪，每一条经验都会使你受益匪浅。

## <<利润倍增的49个细节>>

### 书籍目录

1. 做好市场调查，是实现利润增长的先决条件2. 独特的卖点为产品画龙点睛，可以给企业创造更多的利润 3. 给自己的产品做好定位，确定利润增长的方向4. 把精力聚焦在最盈利的产品上，利润的增长就会事半功倍5. 关注企业质的增长，从根本上促进利润的提升6. 做到与众不同，是打开利润之门的钥匙7. 依靠产品的适当创新来赢得市场，是赢取更多利润的重要保证8. 产品持续成功，企业才能持续盈利9. 价格与成本没有关系，不要过多考虑成本，才能扫除利润增长的价格障碍10. 产品的价格灵活，是利润稳定增长的基本前提11. 利用人们的潜在需求去创造利润12. 找一个伟大的对手，是提高企业利润的有效手段13. 打造自己的盈利模式，是实现利润增长的基本途径 14. 寻找新的利润增长点15. 市场要打穿，营销要做透，利润才能获得最大限度的增长16. 在淡季中把握住利润增长的机会17. 促销，要真正能促进销售、提升利润18. 服务是确保利润增长的必要条件，要永远做到超出客户的期望19. 照顾好你的大客户，是实现利润增长的一个秘诀20. 利润的增长需要牢固的基础，要让客户忠诚于你的企业21. 挖掘新客户，寻找新的利润源22. 辞退没有利润的客户，是利润迅速增长的重要因素23. 谁离市场和客户越近，谁就越能得到利润的青睐24. 先砍成本，再解决问题，为利润的提升铺好坦途25. 成本分析追根究底，进一步确保利润的增长26. 小处做精细，大处不糊涂，为利润的增长提供全面的保证 27. 关注隐性成本，消除利润增长的隐形杀手28. 把员工向你索钱的手续搞得繁琐，是提升利润的又一高招 29. 利润要想一步步提高，成本就必须一点一滴地去抠30. 一手拿刀，一手安抚，从供应商身上谋取利润31. 减少一分库存，增加一分利润32. 广告要少花钱多办事，有效刺激利润的增长33. 做好事件营销，巧妙实现利润的增长34. 不要轻易降价，确保利润的持续增长35. 砍掉大多数管理人员和主管，利润更容易增长36. 利润需要的是健康增长，必须及早清除企业里的蛀虫37. 多聘用兼职人员，进一步降低成本、提升利润38. 保持人手紧张，是刺激利润增长的有效武器39. 让每一个员工都为节省成本、提升利润而尽力40. 工资高于社会平均水平，是实现利润增长的有效手段41. 按毛利给销售人员提成，消除吞噬利润的黑洞42. 靠团队赚钱，而不是靠个人43. 用感情投资来换取利润44. 激发员工活力，支撑利润的迅速增长45. 利用外部资源为企业赚钱46. 给员工定下一个超出他现有能力的任务，促进利润的增长47. 员工培训，一分成本投入，三分利润产出 48. 资金周转得越快，利润赚取得越多49. 缔结利益共同体，为利润的增长拓展更多的空间

## &lt;&lt;利润倍增的49个细节&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘 有了产品先微调查，以确定消费者是否接受 据说，在美国，任何一项工作的实施，都必须以市场调查为前提。

如果企业在经过充分、大量的市场调查后，做出一个符合调查结论的产品决策，却不幸在实践中失败了，企业的领导人会耸耸肩，认为他很不幸，然后重新去寻找解决问题的方法。

相反，如果没有经过市场调查，就凭经验、感觉、判断等做出决策并实施，不论成败与否，这个人立即可以卷铺盖走人了。

这种说法也许有些夸张，但是其中的道理却很值得我们深思。

产品是卖给消费者的，如果消费者不认可、不接受，最后承担损失的还是企业。

所以，企业在决定投资、生产某项产品之前，必须先对消费者和市场做一番调查，做到心中有数。

从产品的成本到产品的价格，从消费者是否愿意购买到产品的利润到底有多少，要有一番透彻的了解。

史玉柱东山再起的最初，是从江苏江阴起步的。

在决定以脑白金启动江阴市场之前，史玉柱首先做了一次“江阴调查”。

他戴上墨镜，走街穿巷，逢人便问：如果有一种保健品，可以改善你的睡眠，可以通便，价格又如何如何，你愿不愿使用它？就这样，史玉柱走访了上百位普通市民，对产品营销中可能出现的各种问题摸了个通透。

为了进一步了解消费者对产品本身的反应，史玉柱又向一些社区的老人免费赠送脑白金，然后搞座谈会，史玉柱以脑白金技术员的身份出现，听取老人们对产品的意见。

根据这些反馈意见和调查得来的第一手材料，在综合比较了各种售价后，史玉柱心里有了底，他说：“脑白金这个产品很快就可以做到10个亿的年销售额。

”他很快制定了脑白金的一系列具体推广策略，比如价格策略、目标消费群定位、功能主诉求点，等等。

1998年，有了充分准备的史玉柱决定将脑白金正式推向市场。

到1999年初，脑白金已经打开了全国1/3市场，年底时基本打开全国市场，实现12亿元的年销售额。

“今年过节不收礼，收礼只收脑白金”这句广告语开始家喻户晓、妇孺皆知。

史玉柱可以说是营销上的奇才，但就是这样一个能人，在推出脑白金之前，还要对市场进行详细调查，可见任何销售的成功，首先都得是产品的成功，要确保产品成功，必须在进入市场之前就对市场做到透彻了解。

有了产品先做调查，不仅可以做到心中有数。

提高产品进入市场的成功率，还可以避免企业的决策失误，减少企业的损失。

如果某项产品并不符合消费者的需要，那就应该果断地放弃，这总比在投入大量资金后才发现失败要好得多。

P3-4

## <<利润倍增的49个细节>>

### 编辑推荐

这是一本值得企业管理者和员工共同学习的培训书，书中汇集了中国企业快速大幅提升利润力的49个处方和中高层管理者与一线员工成功的49个细节。

如果你正经营一项事业，或管理一家公司，那么悉心研读《利润倍增的49个细节》，你就能深谙利润倍增的秘诀。

即使你现在只是一名普通的员工，也能从中获得启迪，每一条经验都会使你受益匪浅。

<<利润倍增的49个细节>>

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>