

<<100个伟大的商业理念>>

图书基本信息

书名：<<100个伟大的商业理念>>

13位ISBN编号：9787802491205

10位ISBN编号：7802491207

出版时间：2009-1

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：杰里米·克迪

页数：236

译者：张荣

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>

<<100个伟大的商业理念>>

前言

本书探讨的是一些最有益的商业理念：有的理念很简单，有时候几乎让人感到困惑；而另外一些却是建立在缜密的研究和卓越的智慧之上。

书中大多数的商业理念是能经得起时间考验的，这得益于其自身的逻辑性、简易性和价值；但是另一些其实是追随时尚而已。

之所以把这些理念融为一体，是因为它们的力量和潜能已经被证实；它们不但富有洞察力和实用性，而且曾经在逆境中出色地解决过问题。

我们应该为那些策划和采纳这些理念的人们鼓掌欢呼。

在此有一言相诫：尽管这些理念的实施在当时为那些书中提及的公司解决了问题，但这并不意味着这些商业理念

<<100个伟大的商业理念>>

内容概要

先进的理念：理念是行动的指南，先进的商业理念带来卓越的商业业绩。

100个精彩理念，100条商业哲理，100盏指路明灯。

全新的案例：100个理念的现实源头及案例全部来自于世界上最优秀的顶尖公司，全部为500强企业，有强大的现实支撑与典范效应，作为2008初版、最新，书中的案例是全新的，这对于此类图书中陈旧的案例无疑是一个极大的超越。

轻松的体例：小引或按语（以一段简明而生动的文字引出本则理念）——理念详析（含义、案例）——练习（为读者设置与该理念相关的情景、模式、氛围，指导读者如何将本节提到的商业理念运用到实际工作中，并提出解决方案），即看即学，即学即用，保证你在任何时间与环境下，都可以实现独立而快速的阅读。

<<100个伟大的商业理念>>

书籍目录

致谢理念1 建立顾客信任与忠诚度理念2 远景策划理念3 让你的员工有自豪感理念4 利用顾客信息理念5
150法则理念6 信息导向理念7 特许经营理念8 消除浪费(muda)理念9 顾客接合理念10 顾客心理分析理
念11 要具备人口学的知识理念12 大规模量身定制服务理念13 引导“自上而下”的创新理念14 构建社
交网络, 传播公司价值理念15 取得突破性增长理念16 深入投入, 绘制蓝本理念17 市场试验理念18 提
高顾客对产品的使用能力理念19 自我竞争理念20 增强竞争力理念21 产业集群理念22 突出特别卖点
(USPs) 理念23 经验曲线理念24 雇员-顾客利益链理念25 雇员业绩评价理念26 品牌空间理念27 存在空
间理念28 增加营业时间理念29 与人合作理念30 利用“贴纸式”品牌标语理念31 重视直觉理念32 建立
学习型机构理念33 重新改造理念34 企业社会责任理念35 引爆流行理念36 业务外包理念37 让你的产品
引领潮流理念38 建立体验性市场理念39 信息控制表与绩效监督理念40 灵活的工作方式理念41 重新界
定你们的顾客群理念42 卖主锁定理念43 变供应链为收入链理念44 聪明地谈判理念45 合作互补理念46
让顾客感觉良好的广告理念47 日常便利品的创新发明理念48 时尚品牌理念49 诚待顾客理念50 让顾客
能瞬间识别出你的产品理念51 正确对待公司转型理念52 多元化管理理念53 平衡核心业务和外围业务的
关系理念54 业务流程再造理念55 多种经营理念56 交叉销售和向上销售理念57 科特的变革八步骤理
念58 企业对企业的营销理念59 雇员的价值定位理念60 内在陈旧性理念61 避免廉价商品化理念62 提高
员工敬业度理念63 走动式管理(MBWA) 理念64 市场精确营销理念65 创出品牌理念66 适当授权理念67
反思预算理念68 关注顾客的购买周期理念69 直销策略理念70 按年龄段管理理念71 三要素理论理念72
研发穆斯林产品理念73 支持团队, 挑战团队理念74 制定清晰的策略理念75 六顶帽子思考法理念76 建
立业务关系理念77 共同学习理念78 微型信贷理念79 如何扭转经济下滑理念80 创新文化理念81 资源建
设理念82 建立信任理念83 情感智力理念84 利用平衡计分卡理念85 发展营销文化理念86 市场分割理
念87 果敢行事理念88 打破部门藩篱理念89 网络销售理念90 价值创新理念91 人才管理理念92 领导补给
钱理念93 硬式棒球策略理念94 网站呈现理念95 传染式营销理念96 辅导与监督理念97 以用户为核心的
创新理念98 内部提拔与继任计划理念99 增加知识与智力资本理念100 决策与矛盾选择

<<100个伟大的商业理念>>

章节摘录

理念1 建立顾客信任与忠诚度 销售结果和影响力都因类似的误解而遭受损失或降低。这种误解是，成功的欲望要求你去大胆而全力地推销商品或理念。它通常会导致不适当的行为，比如人们会因此而变得闪烁其词，“爱出风头”，过分自信，甚或极度健谈且过于附和。而且销售及其影响力事实上依赖于适当的行为，这种行为是用热情的态度和娴熟的技能去限制开放和过度自信的程度。适当的行为加之优质的商品或品牌从长远来看更有助于树立顾客忠诚度。

实例 哈雷戴维森（Harley-Davidson）通过树立顾客忠诚度而走出了过去的动

<<100个伟大的商业理念>>

编辑推荐

每周百万发行量的《经济学人》副总裁为您讲述最有价值的商业理念。
企业应对经济危机的关键是成功转型，企业要成功转型，企业人必须具备伟大的商业理念。
英国管理咨询师杰里米·克迪、营销咨询师帕特里克·福赛思联袂出击，为您精选源自世界500强的商业理念和营销案例，助您提升自我、驾驭危机、成功转型。

<<100个伟大的商业理念>>

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>