

<<商业天才>>

图书基本信息

书名：<<商业天才>>

13位ISBN编号：9787802552548

10位ISBN编号：7802552540

出版时间：2009-10

出版时间：企业管理出版社

作者：Peter Fisk

页数：310

字数：276000

译者：夏金彪

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>

## <<商业天才>>

### 内容概要

天才善于从不同的角度审视问题。

要在成熟和新兴的市场探寻最佳发展机遇。

要对概念和市场进行创新而非单纯开发产品，要让革新来点燃员工的激情、吸引客户。

最关键的就是要把自己的创意转化成为切实可行的行动和利润。

在当今竞争日益激烈、联系日益紧密的市场上，《商业天才》将带领企业向利润更高、发展更快的目标前进!从C rocs的热潮到Diesel的潇洒；从Kikkoman的秘密到RedBull的干劲；从Google的远景展望IIJCu rrent TV的颠覆；从P&G革命至IJUmpqua银行现象，全球顶尖公司的经营秘诀尽收其中。

为今天商业活动的发展铺设了新的规划。

让我们以一种毅然决然的姿态。

投身到天才的行列中吧!

## <<商业天才>>

### 作者简介

彼得·菲斯克不但是世界公认的商业战略学家、世界各国众多企业掌门人的顾问、鼓舞人心的商业演说家，还是一名商业企业家。

他与世界顶尖的大型企业合作多年，如英国航空公司、可口可乐、英国玛莎百货、微软、维珍等。

他曾经担任全球规模最大的专业营销机构“特许营

## &lt;&lt;商业天才&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 右脑,左脑 路径1:快速增长 企业发展的7个阶段 案例1:鳄鱼 价值创造的发动机 案例2:红牛 加速增长的平台 案例3:GE 路径2:商业泡沫 乘着增长的势头 案例4:龟万甲 商业热点 案例5:第二人生 打破桎梏,推动增长 案例6:香港利丰 路径3:企业领袖 7个阶段,7种领袖 案例7:苹果 企业家、领导者和经理人 案例8:上海滩 新型企业领袖 案例9:乌姆普夸银行第二部分 由近及远,由远及近 路径4:增长的市场 先找新市场 案例10:耐克 与邻居一道发展 案例11:迪士尼 最佳市场 案例12:沱宝 路径5:更精明的战略 高目标企业 案例13:迪阿吉奥 做出正确选择 案例14:自然美 企业爵士乐 案例15:GUCCI 路径6:企业革新 全新的视野 案例16:太阳马戏团 概念的力量 案例17:3M 颠覆性创造 案例18:ZARA第三部分 由外而内,由内而外 路径7:顾客的力量 深入洞察 案例19:迪赛 站在顾客的角度 案例20:巴塞罗那足球俱乐部 做顾客型企业 案例21:世界顶级视听品牌B&O 路径8:品牌主张 品牌凸显你自己 案例22:珍宝珠 吸引你的商业主张 案例23:时代啤酒 让顾客更便利 案例24:泰特现代美术馆 路径9:市场网络 网络的力量 案例25:购物网站Net aPorter 顾客网络 案例26:播客网站Current TV 网络营销 案例27:默多克的“新闻集团” 路径10:激发人们的活力 点燃人们的激情 案例28:GOOG1E 全新的生活和工作方式 案例29:法拉利 释放潜能 案例30:联邦快递 路径11:鼓舞人心的变化 变化日程表 案例31:宝洁公司 推动变化发生 案例32:英国玛莎百货 转型性领导 案例33:海尔 路径12:取得成效 建设看不见的企业 案例34:Green&Black's 妥善管理,追求高业绩 案例35:保时捷 寻找竞争优势 案例36:伯克希尔哈撒韦 天才实验室 天才的造就 商业头脑扫描仪

## <<商业天才>>

### 章节摘录

插图：第一部分 右脑，左脑路径1：快速增长其他“天才”实现增长很容易，是不是？价格打折，总收入就可以有所增加。

你明白，企业还得盈利，于是就把成本降低，利润率马上提高了。

你想使增长幅度更大，于是收购了一家公司，企业规模立刻扩大了一倍。

可是，这样的增长都不能持久。

持续增长并不是轻而易举的。

持久盈利的增长则更难。

小企业必须实现大幅度、可持续的增长，这同样也是当今大企业面临的挑战。

你创造过不俗的业绩，于是人们对你产生了期待：你可以一次又一次再创辉煌。

你要使它持续。

投资者要看到你将来不断盈利的实力证明，让他们的投资获得可观的长期收益。

客户认识到，这家新生的企业有强劲的发展势头，也纷纷受到吸引。

员工知道，企业发展壮大，把蛋糕做大了，自己可以得到更大的份额。

可是，很少有公司能把盈利的增长保持下去。

它们就像遇到了拦路虎，在当前世界走到了尽头，好像现有的市场和模式、生产力和雄心抱负、精力和灵感已然消耗殆尽。

它们埋头把各类报表翻得哗哗作响。

它们想从当前的市场中榨取更多利润，想把市场份额再提高一个百分点，想再开发一种衍生产品，希望流程效率再高一点，藉此使利润率略有提高。

上述举措是管用的，但并不能促成大幅度、可持续的增长。

执迷于利用优化手段和微小的改良、在原来的基础上加倍努力，是实现增长的巨大障碍。

优化和改良可以在一定程度上增加市场份额，提高利润率，却不能从根本上解决问题。

它的危险在于，我们在耕同一块田地，在探索我们最了解的事物，在推出相同的产品，在做一直在做的事，只不过稍微有点改善。

## <<商业天才>>

### 媒体关注与评论

“那些希望给自己的左半脑和右半脑充充电的营销人员，最好去读一读这本《营销天才》。它无所不包：营销理念、营销工具、公司以及营销人员的经验教训。

”——菲利普·科特勒

## <<商业天才>>

### 编辑推荐

《商业天才》是由企业管理出版社出版的。

《商业天才》是由企业管理出版社出版的。

透视世界顶尖公司经营秘诀引领全球进取企业努力方向天才=智慧+想象力=不俗的业绩畅销经典《营销天才》作者Peter Fisk又一天才力作！

即将出版，敬请期待！

不管你是一名管理专家或者市场研究员，品牌经理或者产品研发人员.营销经理或者首席执行官.投资经理或者个人投资者，这本书都是适合于你的。

无论你在战略部或者财务部。

还是销售部或者客服部工作，你都会发现这本书极其有用。

它是为每一位在商海中拼搏的人准备的.并必将助其成就一番事业。

<<商业天才>>

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>