

## <<打那棵有枣的树>>

### 图书基本信息

书名：<<打那棵有枣的树>>

13位ISBN编号：9787806008645

10位ISBN编号：7806008640

出版时间：2004-4-1

出版时间：京华出版社

作者：李虹

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>

## <<打那棵有枣的树>>

### 内容概要

人们往往把战略想得很高深，实际上战略就是对企业未来的发展做出的一种安排。很简单，但是很重要。

虽然只是一种安排，可是有没有这种安排可大不一样。没有这种安排，企业就是随机经营，只有到处去寻找机会，也就是说只能把企业的未来建立在一种偶然性上。

相反，如果有这种安排，企业就可以在一个自己选择的领域内，或者是发展方向上，进行准备、组织规划。这样就比较容易在这个领域和方向上，形成核心优势

## <<打那棵有枣的树>>

### 书籍目录

- 1 “大战”前夕的“茅庐绸缪”
  - 2 谁是我们的顾客？
  
  - 3 不同的顾客取向，会导致不同的产品战略
  - 4 失败的方法就是试图去取悦所有的人
  - 5 他们还有哪些需求没有被满足
  - 6 不能高高兴兴地去送死
  - 7 需求定位是为了产品定位
  - 8 我们如何满足他们的这个需求？
  
  - 9 重新定位产品的角色
  - 10 真正好的定位是不同于别人的一种有市场价值的创新
  - 11 他们最重要的是产品的哪一点？
  
  - 12 重要的不是物理功能而是背后的文化价值
  - 13 顾客理想的产品是什么样的？
  
  - 14 有魅力的产品是什么样的？
  
  - 15 如何使顾客永远选择你的产品？
  
  - 16 “不战而屈人之兵”的法宝
  - 17 演绎浪漫情调，创造精彩生活
- 试一试 你也可以让你的产品魅力挡不住

<<打那棵有枣的树>>

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>