

<<戴尔直销攻略>>

图书基本信息

书名：<<戴尔直销攻略>>

13位ISBN编号：9787806523810

10位ISBN编号：7806523812

出版时间：2005-1

出版时间：南方日报出版社

作者：陈广

页数：296

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>

<<戴尔直销攻略>>

内容概要

本书详细、全面地介绍了戴尔的直销模式、产品方案、客户导向战略、直销服务、人力资源管理以及竞争战略等方面的创新与变革，从中我们就能清晰地探寻“戴尔模式”辉煌背后的真正原因，其崛起、创新、扩张的发展历程所蕴涵的众多独特而有效的经营与管理经验都将值得后来者加以借鉴和学习。

<<戴尔直销攻略>>

书籍目录

第一章 戴尔直销传奇关键词点击直销模式 零库存 两级JIT存货管理 供应链管理 高效率上门服务 最佳客户服务 关注需求 伙伴关系 附加价值 商机 分销市场 核心竞争力 第一桶金 电脑之梦 凯文·罗林斯 双子星模型 竞争型组织1.1 揭秘戴尔1.2 超速成长1.3 奇迹缔造者1.4 戴尔新CEO链接：戴尔公司大事记第二章 戴尔的直销模式关键词点击按单生产 电话直销 购买意向 一对一交流 800免费电话 网络销售 贴心服务 贵宾网站 技术支持网页 人员直销 直接承诺 邮购直销 商品目录2.1 直销方式2.2 直销策略链接一：直销的6大特点链接二：直销的10种方式链接三：网络直销的实施步骤第三章 戴尔的产品方案关键词点击生产方案 大规模定制 产品解决方案 大型企业客户 企业级完整解决方案 IT服务方案 直接服务客户 单一责任制 优化IT投资 服务体系 工厂定制集成 服务联盟 用户满意金奖 品牌美誉度3.1 大规模定制产品3.2 产品解决方案3.3 IT服务方案链接一：大规模定制的模式链接二：实施大规模定制的要点链接三：摩托罗拉的大规模定制第四章 戴尔的行銷策略关键词点击市场细分 客户信息反馈系统 零距离接触 产品细分 人性化个人电脑 客户细分 交易型顾客 关系型顾客 直接面对客户 现场体验促销 广告策略 集中宣传 网络广告 实时反馈 价格策略 超低价位 网络营销4.1 细分市场4.2 广告策略4.3 价格策略4.4 网络营销链接一：直销中的价格定位链接二：网络营销的实施要点第五章 戴尔的高效生产方式关键词点击供应链模型 物料库存 过剩库存 供应链变革 双赢模式 无阻隔合作 全球性业务 供应链全球化 库存管理 信息搜集系统 存货速度 库存优势 两级JIT存货管理 转炉计划 供应商后勤中心5.1 供应链管理5.2 供应商管理5.3 库存管理链接一：供应链管理发展的趋势链接二：供应链的2种管理方法链接三：我国传统制造企业供应链的改造要点第六章 戴尔的客户导向战略关键词点击顾客满意战略 超值满意感 产品满意系统 “CE”小组 服务满意系统 与客户结盟 随订随组 亲自接触客户 顶级网页 区别对待策略 快速响应客户 网络交流 领导阶层会议 互惠对话6.1 顾客满意战略6.2 与客户结盟6.3 以客户为导向6.4 快速响应客户6.5 与客户互动链接：对客户10种错误认识第七章 戴尔的直销服务关键词点击个性化服务 PESS金牌服务 团队销售模式 单一联络人责任制 第二天上门服务 定制集成 中国客户中心 DellPlus服务方案 一条龙服务 专家协助 项目指导 第三方应用7.1 戴尔的服务策略7.2 DellPlus服务方案链接一：戴尔“三包”条例链接二：戴尔的服务承诺第八章 戴尔的人力资源管理关键词点击注重能力考察 360度考核法 数据目标化 人人有其股 与员工联盟 开发性培训 与员工互动 现场回馈 开放式沟通 “双主管”制度 团队管理 引入竞争机制 最优团队结构 团队精神8.1 选聘最佳人选8.2 360度绩效考核8.3 高回报薪酬制度8.4 开发性员工培训8.5 时刻保持互动8.6 重视团队管理链接一：IBM的招聘标准链接二：微软的阶梯式面试链接三：惠普视员工为“生命线”第九章 戴尔的企业文化关键词点击紧迫感 “制胜”文化 务实精神 速度优势 拥抱变化 突破常规 客户第一 顾客忠诚度 完整顾客体验 回应顾客建议 自我批判 质疑自己 团队合作 节俭文化 员工是老板9.1 志在必胜9.2 鼓励创新9.3 客户第一9.4 自我批判9.5 戴尔精神链接：微软的个性文化第十章 戴尔的竞争战略关键词点击康柏标准 分销网络 销售过程成本 按订单组装 优化销售模式 DirectPlus计划 PC争霸战 成本优势 手提电脑市场 第4大电脑销售商 低成本直销 特定服务 联合服务产品10.1 打败康柏10.2 与惠普争霸10.3 挑战蓝色巨人链接：三种基本竞争战略第十一章 戴尔的全球扩张关键词点击海外业务 思考全球化 直销标准化 全球扩张计划 因地制宜 区域性市场 行动本地化 研究本地市场 征服欧洲 亚太市场 亚太客户中心 中国客户服务中心11.1 思考全球化11.2 行动本地化11.3 驰骋全球市场链接一：戴尔的全球业务链接二：全球化的五种战略第十二章 戴尔的中国策略关键词点击战略市场 直线订购业务 非正规Home Office机构 目标市场 直接经营模式 现场实地销售 品牌形象 客户体验 奉行速度 Dimension台式机 本土化策略 价格优势 全面降价 模式之争12.1 总体化发展12.2 本土化扩张12.3 与联想决战链接：戴尔中国概览第十三章 戴尔的成长教训关键词点击存货危机 库存流通 致胜策略 奥林匹克计划 让顾客参与 购买Vs.制造 全球竞争力 整合市场 跃进式成长 零售渠道 核心优势 抽离零售业 回归直销 核心客户群 市场区隔13.1 存货危机13.2 “奥林匹克”教训13.3 误入间接销售链接：企业成长战略三步曲第十四章 戴尔新攻略关键词点击全新市场定位 多元化竞争 开拓新市场 合作策略 捆绑协议

<<戴尔直销攻略>>

开拓远东市场 最优化整合 客户培训 方案验证 全方位技术支持 新型电子消费品 远景规划
数字娱乐体验中心14.1 多元化战略14.2 以合作取代竞争14.3 描绘戴尔新理想

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>