

<<夺魁>>

图书基本信息

书名：<<夺魁>>

13位ISBN编号：9787807280415

10位ISBN编号：7807280417

出版时间：2005-1

出版时间：广东经济出版社

作者：杨有忠

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>

<<夺魁>>

内容概要

普通公司与成功企业的分歧在于：成功企业是以需求定义整个价值链，而普通公司则是单纯以产品来定义整个价值链。

这种原则上的差异直接导致了普通公司的经营模式是：将一个有新意的产品包装成一个概念，然后用大众传播方式将概念宣扬出去，并在渠道上尽可能多地铺陈产品，以为总会有一部分看重新意的消费者会来购买我的产品，这就造成了目前很多公司存货营销，同时却又无法破解的现实状况。

成功的企业如何做的呢？

这就是《夺魁——走向成功的引擎》中所要讲述的内容。

作者简介

杨有忠，曾在全球五百强企业之一的中华集团辽宁分公司工作17年，担任过产品主管、财务主管、市场主管等职务。

创建想网络咨询公司，并为班雅装饰、三寰乳品、渤海奶制品公司，红星集团和南方广告等中小地方企业提供服务。

5年来，深入观察和研究各类企业在不同市场上的成败经验，获得一个平实而重要的结论：产品引擎系统是中国企业获得有利润的进步所必须遵守的规矩。

书籍目录

序言1 黑手制造了经理的噩梦2 和你的对手交朋友3 客商能力指数的最高境界4 寻找黑手5 供应商的VQ6 制服黑手的工具7 C漫世代8 四驱车的故事9 产品性感力的起源10 启动上擎——向产品性感力进军11 战略、品牌与营销同产品引擎系统的差别是什么12 说老不如扮酷13 共盟同好，决胜千里14 将产品性感力进行到底15 产品性感力成为经典16 制造蜜点，制造有利润的进步17 全球市场受挫的原因18 资金链危机下的对策19 我们凭借什么打僵局20 营销和产品引擎系统的权力之争21 谁可以制定市场江湖的规矩22 第五等级公司23 一定要找到经理的引擎24 心头之痒

<<夺魁>>

媒体关注与评论

书评一本将带给您全新理念的不可不读的新书，一本能促进企业有利润进步的不可多得的好书。

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>