

<<大卫挑战歌利亚>>

图书基本信息

书名：<<大卫挑战歌利亚>>

13位ISBN编号：9787810985017

10位ISBN编号：7810985019

出版时间：2005-11

出版时间：上海财大

作者：克劳斯·施梅

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>

## <<大卫挑战歌利亚>>

### 内容概要

人们该不该进入一个饱和的市场？

我们大不可不必恪守经济生活中貌似颠扑不破的真理！

因为一直会涌现出这样一些默默无闻的新手，他们不仅让强大的竞争对手吞咽涩果，甚至挥舞小拳，出其不意地将后者击倒。

在本书里，您将看到：  
一种原民主德国的香槟酒居然战胜老牌传统品牌而成为市场的舵手  
一个英语蹩脚的奥地利小子竟然超越美国偶像史泰龙，甚而成为政治明星  
一部预算可怜影片俨然把由红得发紫的好莱坞性感巨星罗伯特主演的大片挤到电影院的角落  
在销售量达百万本的德国《明镜周刊》身边忽然冒出一份市场占有率相当的同类型时事周刊  
当勇敢机智的无名小卒登台挑战市场巨人之际、大卫式传奇的重复频率，简直超出了我们的预料。

这本书证明：在经济活动中没有战无不胜的敌手。

在本书里，您将发现，大卫的成功：  
凭借的是审时度势地开发企业自身的核心竞争力  
凭借的是坚定的经营哲学和持久的发展规则  
凭借的是对自我优势的运用和对社会资源的整合  
凭借的是精湛的管理艺术和奇特的营销策略  
本书是《西方经济大败笔》的姐妹篇，一正一反，能让您领悟到经济生活以及自我发展的真谛。

## <<大卫挑战歌利亚>>

### 作者简介

克劳斯·施梅，1970年生于德国巴登符腾堡州维棱丁市，职业为软件设计师和企业顾问。凭借其写作才能，从2002年起，他开始写作“非专业著作”，《大卫挑战歌利亚》就是他这方面作品中的一部。

这一转向可能同因特网产业的危机有关。

与此同时，他还着手编著了另外两本关于西方经济史的作品《西京经济大败笔》和《消费中的崇拜文化》。

<<大卫挑战歌利亚>>

书籍目录

编者前言  
前言1 大卫与更好的策略  
Oetti挺好的——奥庭根挑战“电视啤酒”  
沃特豪森的小蜜蜂——慕迪卡挑战乌尼莫克  
一山可容二虎——《焦点》挑战《明镜周刊》  
策略正确的印第安烟草——“自然美国精神”挑战大香烟品牌  
没有冷咖啡——星巴克挑战麦当劳  
专家认为不可能发生的事——《校园女生纪录》挑战高品位电影  
跳鼠帝国——蒂兜挑战老鼠节目  
电视可能带来的20个迷惑——VIVA挑战MTV  
总结2 大卫与更好的技术  
Google无所不知——Googler挑战已有的因特网搜索引擎  
史上最强壮的大卫——阿诺德施瓦辛格挑战史泰龙  
来自匈牙利平原的拯救者——科月特挑战昂特拉克  
小结3 大卫与更好的前提条件  
钟表传奇——朗格表业挑战百达翡丽  
上帝之上仅有盖茨——微软挑战IBM  
蛛猴的胜利进军——因特网-邮件对抗X.400  
处女峰与马特洪峰——容冯挑战大型德国广告公司  
1000亿归零——WLAN对抗UMTS  
企鹅原则——Linux挑战Windows操作系统  
小红帽和资本主义大野狼——小红帽香槟厂挑战汉克尔-索莱茵公司  
总结4 大卫与优越的营销手段  
.....5 大卫与优秀的经营管理

<<大卫挑战歌利亚>>

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>