

<<不战而胜>>

图书基本信息

书名：<<不战而胜>>

13位ISBN编号：9787111332336

10位ISBN编号：7111332334

出版时间：2011-3

出版时间：机械工业

作者：高建华

页数：292

字数：316000

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>

<<不战而胜>>

前言

<<不战而胜>>

内容概要

你是否希望赢得这四个权力——主动权、主导权、话语权、定价权?你如何才能赢得这四个权力——选对路、找对人、问对话、做对事?本书从市场营销的角度对以上问题进行了系统阐释,给中小企业管理者、营销管理者提供了简单易行的营销战略战术,它的实用之处在于有工具、有方法;包含了7个成功企业的完整操作范例,它的实战之处在于有案例、有点评;作为著名专家高建华先生倾力打造的管理读物,它的实在之处在于有实践、有效果。

<<不战而胜>>

作者简介

高建华

对外经济贸易大学、南京大学商学院、北京大学汇丰商学院、吉林大学管理学院正式授牌客座教授。

中国为数不多的具有国际化经验的高级职业经理人。

曾任中国惠普公司助理总裁、首席知识官(CKO)、公司决策委员会成员、市场总监、战略总监，苹果电脑公司中国市场总监等职务。

顶级经管类杂志封面人物：《世界经理人》、《中外管理》、《销售与市场》、《职业经理人》、《培训》等。

曾获得中国十大优秀实战培训讲师、中国十佳战略管理专家、中国十大企业文化专家、中国最受尊敬企业家、中国十大营销杰出专家等荣誉称号。

从1997年开始，先后帮助伊利乳业、万科地产、雷士照明、海洋王照明等20多家企业完成了以营销战略为核心的5年战略规划。

促成了这些企业在短时间内成为业领先者，绝大多数被咨询企业都实现了5年10倍以上的业绩增长。

<<不战而胜>>

书籍目录

推荐序 独辟一座山——牛根生

前言

回顾篇 市场经济与市场营销概述

第一章 解放思想，正视利益驱动

- 一、善用利益驱动来解决企业的问题
- 二、换位思考，用“疏导”代替“堵截”
- 三、学会借力才能后来居上

第二章 超越自我，走向世界

- 一、市场经济的本质与游戏规则
- 二、市场经济的四个发展阶段
- 三、中国式营销无法走向世界
- 四、从中国制造到中国创造有捷径吗？
- 五、低价中标是自欺欺人的把戏
- 六、迷路时回归经营管理的原点
- 七、成为有实力的“隐形冠军”

创业篇 以小博大，以弱胜强

第三章 市场细分与目标市场选择

- 一、企业只为部分人服务
- 二、目标市场选择的标准与依据
- 三、把握好市场机会与企业实力的平衡点
- 四、“市场疲软”的原因何在？
- 五、未来是价值导向的市场
- 六、市场导向不等于用户导向
- 七、如何才能发现蓝海市场？
- 八、实用参考工具
- 九、自我检查问答题

第四章 挖掘消费者的深层次需求

- 一、如何寻找产品创新的源泉
- 二、用户绝对不是“上帝”，别把用户惯坏了
- 三、挑剔的消费者造就****的品牌
- 四、“衣食住行”之后人们关注什么？
- 五、“吃饱了撑的”一族带来的新商机
- 六、如何抓住“80后”的心？
- 七、市场调研从哪里入手？
- 八、实用参考工具
- 九、自我检查问答题

第五章 中小企业如何打造竞争优势

- 一、竞争优势从何而来？
- 二、竞争压力模型与应用
- 三、竞争状况的演变与影响
- 四、协同竞争——新的思维模式
- 五、打造有利于企业健康发展的“生物链”
- 六、学会逆向思维——什么情况下能？
- 七、“以弱胜强”的进攻战略
- 八“有所为、有所不为”的迂回包抄战略

<<不战而胜>>

九、实用参考工具

十、自我检查问答题

第六章 商业模式设计六部曲

一、发现机会，验证机会

二、商业模式，系统思考

三、产品概念，打动人心

四、产品定义，明确定位

五、财务分析，有理有据

六、事业成功，组织保障

七、实用参考工具

八、自我检查问答题

成长篇 市场营销的战略战术

第七章 创造价值

一、营销4P理论过时了吗?

二、“客户体验”决定完整产品的价值

三、先慢后快的产品开发之路

四、把好想法变成现实需要流程和方法

五、如何推出适销对路的好产品?

六、为什么物美价廉的产品不一定能占有市场?

.....

成熟篇 从偶然成功走向必然成功

案例篇 他山之石可以攻玉

答案篇 企业经营管理疑难问题解答

<<不战而胜>>

章节摘录

回顾篇 市场经济与市场营销概述 第一章 解放思想，正视利益驱？

一、善用利益驱动来解决企业的问题 虽然中国实行市场经济已经20多年了，但是要真正理解市场经济的内涵却并非易事。

要想掌握市场经济的运行法则，成为后来居上的佼佼者，必须有一个谦卑的心态、韬光养晦，这样才能成就中华民族的复兴大业。

要知道，在计划经济体制下工作生活几十年，一些人的思维模式难以适应市场经济环境，也出现了很多有违市场经济规律的行为。

所以要想超越自己，就要“回零”，从最基础的概念开始“拨乱反正”，彻底理解市场经济到底是怎么回事，这样才能少走弯路、少交学费。

世界上市场？

济比较成熟的国家承认每个人都有追求个人利益的权力，但是，为了避免人们在追求个人利益的同时伤害其他人的利益，必须用严格的规章制度和法律法规去约束大家。

在主观为自己的同时，客观且必须考虑他人的利益，社会的利益，不能做伤害他人利益的事。

比如，吸烟的人有吸烟的权力，但是却不能在非吸烟区吸烟，因为会损害不吸烟人的利益。

我认为，这是改革开放30多年后，我们面临的又一个“解放思想”的关键所在，只有在这个基础问题上实现突破，才能顺应市场经济的大趋势，从根本上解决困扰大家多年的深层次问题。

承认“合法利益驱？

”意味着价值观念的重大转变。

二、换位思考，用“疏导”代替“堵截” 面对企业中经常遇到的一些问题，很多人都喜欢用堵的方式去解决，结果呢？

同样的问题反复出现，成了顽疾。

之所以出现这种情况，背后深层次的原因就是很多人还不理解“利益驱动”的道理。

记得当初在跨国公司工作时，我的上司说过这样一段话：“如果某个地方经常出交通事故，那就不是开车人的问题，而是道路设计者的问题。

”道理很简单：一是思考问题时要从源头抓起，不要头疼医头，脚疼医脚，需要思考背后的深层次原因；二是管理者要勇于？

担责任，不要出了问题就想尽办法推卸责任、找借口；三是面对一些三令五申都解决不了的问题，要从“利益驱动”的角度下手，寻找根本解决措施。

……

<<不战而胜>>

媒体关注与评论

营销的战略管理可以帮助我们最大限度地用好资源，实现低投入、高产出。

这是很多企业家的体验，更是很多谋略家的追求，也往往是很多资源丰富者的败笔。

高建华先生的《不战而胜》一书能助你摆脱过去传统的思维模式，从摸着石头过河到学会借力，从而达到后来居上的目标。

——零点研究咨询集团董事长兼总裁 袁岳企业大都好战，几十年来中国商场成了中国杀场，杀敌三千自伤八百的故事天天在中国大地上演绎，当历经杀场伤痕累累体无完肤时，智者告诉大家，做企业其实可以不战而胜的，而且做基业长青的企业唯有不战！

高建华先生面对中国制造的低品质低价位的生存危机，及升华中国创造的挑战和机遇，他总结在外企（惠普）及创业做咨询的多年经验，怀着对中国企业的深厚感情，揭示了中国企业做大做强的唯一生路。

不战而胜就是差异化，逃离竞争远离竞争最终是没有竞争，无独有偶，皇明的“黑白棋理论”与不战而胜的思想不谋而合，所以我力推他，让大家明白经商的真谛。

中国企业家对不战而胜的意识很欠缺，我希望更多的企业家能通过他的书，真正明白未来竞争的真谛，明白商业的真谛。

——皇明太阳能股份有限公司董事长 黄鸣高建华老师多年来一直致力于把自己在跨国公司的工作经验及研究心得分享给国内的企业。

他的书，无论是谈营销，还是论文化，文字平和朴实，内容又多来自个人的亲身经历和研究。

回看腾讯公司十余年的发展，也颇多共鸣。

——腾讯公司主要创办人，首席执行官 马化腾

<<不战而胜>>

编辑推荐

《不战而胜:以小博大的竞争战略》：成功之路必有捷径；鱼与熊掌可以兼得；换个方向就是第一！

《不战而胜:以小博大的竞争战略》，畅销书《笑着离开惠普》作者的高建华最新力作！

名家推荐:牛根生、袁岳、黄鸣、马化腾四位知名企业家推荐。

《不战而胜:以小博大的竞争战略》，告诉中小企业如何赢得四个权利——主动权、主导权、话语权、定价权。

<<不战而胜>>

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>