

前言

我成年以后的工作大多是负责市场营销以及对市场行为进行研究，因此我写了这本书，谈谈怎样集中经营（focusing）的问题。

本书将致力于探讨市场营销过程中的真正目标 - 它不仅提供是一种产品或服务，而是开创未来。

公司管理的首要任务是开创未来；不仅仅是一般意义上的未来，而是公司业务的具体前景。从某种程度上来说，集中经营能预见前景如何，并能通过具体步骤达到前景目标。

这就是市场营销的主题。

彼得·德鲁克曾经写道：“任何商业企业都有两个且只有两个基本功能 - 市场营销和改进创新。”

他还说过：“市场营销是商业的显著而惟一的功能，商业组织之所以不同于其他人类组织是因为它将一种产品或服务推向市场；而教会、军队、学校和国家都并非如此。

任何视将产品或服务推向市场为己任的组织都是商业组织。

任何不从事市场营销或只是偶尔为之的组织都不属商业性质，而且永远也不可能如整体一样经营。

现在是市场营销得到它应有的重视的时候了。

尽管彼得·德鲁克早在1954年初版的《管理实践》一书中就谈到过上述观点，但这些还是经过了很长时间才为美国公司的董事们所接受。

而且在当时，公司改变其战略重点的进程还是极其缓慢的。

第一次世界大战后，公司的重点在于生产。

管理的艺术只是体现在弗雷德里克·泰勒的时间与动作的研究当中。

当时成功的商家是那些在竞争中能更快更便宜地推出产品的公司。

第二次世界大战后，公司重心逐渐转移到财务上。

管理的艺术则体现在“资产组合”（portfolio）这一概念中。

在买卖公司以达到一个高产出的资产组合方面做得最好的就是当时成功的商家。

今天是怎样的情形呢？

管理中的生产和财务方面都已轮番上过阵了，今天公司的重心就是市场营销。

<<聚焦>>

内容概要

如今这个变幻莫测技术至上的市场需要公司上下的经理人不断及时思考并作出再评估。阿尔·里斯（畅销书《市场营销的22条法则》的作者之一）在他的这本新著中谈到了为什么公司应该聚焦于其核心业务，抛弃其他那些无关且又浪费资源的事务。

《聚焦：决定你公司的未来》这《聚焦：决定你公司的未来》给您的公司指出了一条道路：如何发展壮大，增加市场份额，如何让股东获得更多利益而又不必牺牲公司长远发展所必需的关键性资产。在对一个又一个的产业进行分析之后，里斯解释了为何那些业务相对集中的公司是大赢家的原因。他给商家提出了绝非空话的实在建议，告诉他们如何在顾客心中赢得一席之地。

书籍目录

导读前言绪论1．美国公司的多元化之路2．全球化的推动力3．市场分化的推动力4．公司前沿的喜人迹象5．零售业前沿的喜人迹象6．双城记——两大可乐公司经营谋略7．质量定律8．找到你的代名词9．缩小你的范围10．适应变化11．分而治之12．建立多级目标13．化混沌为有序（驯服恐龙）14．跨越壕沟15．制定长期目标的15条原则

<<聚焦>>

章节摘录

此外，过去成功了并不能保证今后也一定会成功。
如果公司遵循的是不明智的策略，成功就更没有保证了。
通用电气资产公司还能在今后继续创下骄人的业绩吗？
我不这样认为。

运气总有用完的一天。
从长远来看，能够获得成功的是那些专心经营核心业务的公司，而失败的是那些业务杂而不精的公司。
指导公司作出每一个决策的原则就是专一的原则。

如果专一原则如此重要，为什么几乎没有什么公司在遵循这一原则呢？
为什么在管理学的著作中几乎无人提及它呢？
为什么专一的原则通常被大多数的首席执行官忽视甚至违背呢？

正如爱伦坡在《失窃的信》中指出的那样，有的时候最难看到的事也是最明显的。
对一个局外人来说，最明显不过的事实就是，现在几乎每一个公司都在一天天地走向业务多元化的不归路。
无论把它叫作退化还是其他的东西，业务多元化已成了企业界一个不争的事实。
如何来面对这一状况才是写作本书的目的。

更糟糕的是，大多数公司有意选择扩展业务。
这听起来可笑，但事实正是如此。
我们把这一过程称作“拓展产品”，管理顾问精辟地将其称为“增加品牌的资产净值”。

拓展产品是美国公司实行业务多元化的第二个原因。
这个原因现在还存在，但正呈现减弱的趋势。

在增加品牌的资产净值方面，没有第二个人能比得上唐纳德·特伦普。
一开始，唐纳德做得非常成功。

后来，他开始拓展产品，并把他的名字和所有他能从银行获得资助的项目挂上钩：三家赌场、两个酒店、两幢公寓楼、一家航空公司、一个购物中心、一支足球队，甚至还有自行车赛。

《财富》杂志称特伦普是“对现金流动和资产价值具有敏锐眼光的投资人、聪明的销售员和狡诈的生意人。”

<<聚焦>>

媒体关注与评论

“该书帮助你聚焦于成功的秘诀。

”——斯宾塞·约翰逊，《一分钟经理人》作者之一 “忘掉那些老套的智慧吧……毫无疑问，里斯的观点是值得关注的。

”——《企业家》 “字字珠玑，极有分量。

我向某些人大力推荐这本书。

他们往往需要当头棒喝来提醒：分散经营实属愚蠢之策。

”——麦克·戈博，《电子神话》作者 “一本极其重要的书……下次您的公司想要多元经营的话，我保证（这本书）会让您三思而后行。

”——菲利普·科特勒，西北大学J.L.凯洛格管理学院国际营销学教授 “想要在市场竞争中独占鳌头的市场营销人员必读此书。

”——哈罗德·博森，博森-马斯特勒公司主席

编辑推荐

《聚焦：决定你公司的未来》给您的公司指出一条道路，如何发展壮大，增加市场份额，如何让股东获得更多利益而又不必牺牲公司长远发展所必需的关键性资产。在对一个又一个的产业进行分析之后，里斯解释了为何那些业务相对集中的公司是大赢家的原因。他给商家提出了绝非空话的实在建议。

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>