

<<市场竞争策略分析与最佳策略选择>>

图书基本信息

书名：<<市场竞争策略分析与最佳策略选择>>

13位ISBN编号：9787301067628

10位ISBN编号：7301067623

出版时间：2004-3

出版时间：北京大学出版社

作者：余世维

页数：120

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>

<<市场竞争策略分析与最佳策略选择>>

内容概要

在企业前面参与市场竞争的各个环节中，如何在激烈多变的市场竞争中选择最佳策略已成为企业竞争取胜的关键。

《市场竞争策略分析与最佳策略选择（最新修订版）》紧紧围绕竞争策略分析和最佳策略选择这两个基本点，进行了深入浅出的讲解，并结合启发式的互动问题和操作性极强的工具表单，让学习者在最短的时间内掌握选择最佳竞争策略的方法与技巧，迅速成为一名优秀的市场决策者。

<<市场竞争策略分析与最佳策略选择>>

作者简介

余世维博士，当今中国最受欢迎的培训师，华人最权威、最资深的实战型培训专家。美国哈佛大学企业管理博士后，英国牛津大学国际经济学博士后，美国佛州诺瓦大学公共决策博士。曾任美国富顿集团(中国)总经理、美国雅黛公司副总裁、日本航空公司台湾地区副总裁，现任上海慧泉企业管理咨询有限公司董事、总经理，北京时代光华公司特聘高级培训师。

服务的客户有摩托罗拉、西门子、柯达、贝尔、飞利浦、联合利华、ABB、三得利、3M、中国电信等国内外著名企业。

其他经典课程与著作有：《职业经理人常犯的11种错误》、《如何成为一个成功的职业经理人》、《市场竞争策略分析与最佳策略选择》、《企业变革与文化》、《领导商数》、《管理者情商》。

余世维博士在培训、咨询界的N个第一：
· 培训、咨询客户满意度第一名——客户意见征询测评出的满意度高达100%；
· 同一公司连续受聘培训第一名；
· 现场评估分数第一名——每次培训的现场评估分

书籍目录

第1章 资源、能力和竞争分析资源的概念资源与竞争成功策略三要素什么是无形资源核心竞争力什么是核心竞争力五种竞争动力模式第2章 资源利用与竞争策略的选择资源的利用资源的集中利用资源的有效利用资源的弹性利用市场竞争策略的选择差异化竞争低成本竞争行之有效的策略联盟策略联盟的重要性策略联盟的误区策略联盟的标准第3章 最佳策略选择注意点之一：战略与战术的关系战略与战术战略和战术的区别战略和战术的关系尽量避免战略的盲点如何避免战略战术的误区避免抽象化、空泛化和表面化不能轻视收集情报防止现有策略的盲点和低效率盲点防止低效率战略战术的细节量化细节量化的实例细节量化不可或缺第4章 最佳策略选择注意点之二：核心产品与产品定位核心利益与核心价值产品的层次产品定位依据——消费者的心定位的概念定位的方法把产品定位为顾客的买点第5章 最佳策略选择注意点之三：服务品质与CIS服务上多走一步行销组合的概念现代行销新组合要做好客户服务不怕做不到，就怕想不到力求满意，更重忠诚满意和忠诚的区别提高客户满意度要点不可忽视的企业识别系统(CIS)附录 工具表单表1—1 资源划分结构图表1—2 核心竞争力分析表表2—1 资源利用情况分析表表3—1 最佳策略选择表表3—2 SWOT模型分析表

章节摘录

事情不是一成不变的，任何东西都要具备弹性。
国内前几年搞家电价格战，风起云涌，大家都在争相挥泪降价。
试想，如果一家公司的产品销售已困难到不得不降价时，显而易见，它确实再也没有其他更好的办法了。
尽管产品销售已困难到不得不降价的地步，但对业务员而言，出去跟客户谈生意，也绝对不能一开始就谈价钱。
在客人还没有了解产品价值以前，不要马上跟他谈价格。
他只有了解了产品的价值，才会接受你的价格，否则他会对你的产品感到无所谓，把它当做不重要的产品，甚至会当成不值钱的地摊货一样地杀价。
案例 摩托罗拉的弹性经营 摩托罗拉手机在世界排名第二，仅次于芬兰的诺基亚。
摩托罗拉从不杀价，因为它知道一杀价就要变成老三老四或老五老六了，甚至最后要被淘汰出局，所以摩托罗拉自己举办了一个独特的活动：“七天试用，不满意退还。”
结果摩托罗拉手机销售火爆。
想想看，如果有人腰上挂了一部手机，是最新款的摩托罗拉，然后让他的朋友、亲戚、男朋友、女朋友、爱人统统都看了很多次，7天不见了，问到哪儿去了，他能说因为没钱而还给摩托罗拉了吗？所以，摩托罗拉认为，客户只要一试用就不会跑掉了。
其实摩托罗拉自己已经试过了，7天以后来退货的不是没有，但这个百分比很小。
因此，他们大胆做下去了，结果成功了！所以任何事物都是有弹性的，产品经营不是纯靠杀价。
16年前，可口可乐曾试过推出一种新口味，但没成功。
最近它又卷土重来，重新设计出一种新口味，这是它的秘密武器。
这种新饮料的香草口味被称之为旗舰饮料，是可口可乐的招牌产品，不过，这个策略能否成功现在还不能言之过早。
但是至少在接受16年前的教训后，它推出香草口味的可乐，显然是与百事可乐展开竞争。
这也是可口可乐公司的弹性计划。
美国波音公司是航空业里的老大，实力很强，但自从出现欧洲空中客车这个强大的对手以后，这个老大哥的压力就开始增加。
想来想去它终于想出一招，叫做移动生产线。
移动生产线就是流水线。
大家都知道，电冰箱、电视机、彩电、空调等，大都可以移动，但飞机也拿来移动，真是很难想像。
在生产管理学里，每次一讲到飞机和轮船，都称为固定位置，都是固定在一个点上，人来将就它。
这次波音公司真是疯了，把飞机也拿来移动，开了移动生产线，说是挑战空中客车的秘密武器，并认为这样可以降低它的生产成本。
波音公司究竟能不能因此举而降低成本，现在也无法预知，但至少我们知道他们经过一个测试，认为这件事情值得做，并且他们也做下去了。
不知道波音公司这条移动生产线是否真的能替它降低成本，但无论如何这是一个弹性办法，值得一试。

媒体关注与评论

作为管理培训文献的大家，余老师的讲座精华已经引起国内诸多企业的关注。其课程借互联网的快速传播，经那些原来对于管理知之甚少的人做了最好的管理启蒙。

——《北大商业评论》 余世维先生是最为华人推崇的实战型培训专家之一，其演说家的风采，战略家的气度，学者型的才华，深受客户欢迎；其寓观念于谈笑间，蕴哲理于诙谐中，获得社会各界的青睐。

——《中国营销专家网》 余博士深入浅出的生动授课，使我们发现了自身在管理当中的一些误区和问题，为日后工作的改进提供了很大的帮助。

——美的集团 每次听余博士的课都给我崭新的理念，都能使我在管理上找到自己的差距。企业要良性运转，看来观念的改变是不可少的，但像余博士这样能扭转观念的大师却不多。

——恒源祥集团行政总裁 朱延杰

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>