

<<本土化生存>>

图书基本信息

书名：<<本土化生存>>

13位ISBN编号：9787501759279

10位ISBN编号：7501759278

出版时间：2004-2

出版时间：中国经济出版社

作者：杨婕

页数：287

字数：250000

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>

<<本土化生存>>

内容概要

在全球经济高度一体化的今天，本土化可以说是企业迈向国际化的第一步。国外企业走进来，中国企业走出去，都面临着“本土化生存”的经营问题。本书通过对20多个在华经营的跨国公司的成功与失败案例，从其产品品牌、高层公关、人力资源、企业文化、营销管理等方面的本土化经营案例进行剖析与总结，以期从中得以启示，对我国企业立足本土、走向世界的经营发展战略有所启发和参考，以及在华经营的外资企业的经营管理有所裨益。

<<本土化生存>>

书籍目录

前言第一章“到中国投资去！”

” 可口可乐：迅猛发展的“中国”公司 肯德基：中国第一快餐品牌 沃尔玛：千呼万唤始出来 安利：风风雨雨中国路 杜邦：标准化与本土化兼顾第二章 做好政府公关与社会营销 联合利华：高层公关开启本土化之路， IBM：多方出击社会公关第三章 外企在华的并购与合作 达能：跑马圈地，纵横捭阖 大众：超前目光赢得先机 柯达：后来者居上 丰田：迟到的巨人，保守时代的终结三洋：建立新型的竞合关系第四章 将洋品牌做“土” 大众：坚持不懈的品牌建设 伊莱克斯：亲情化塑造品牌 联合利华：不断创新本土品牌 肯德基：一“土”到底 摩托罗拉：横空出世的“moto” 三星：无“芯”也有妩媚第五章 网罗华人精英 宝洁：人才是最为重要的资产 西门子：培训为发展，而不是为工作 摩托罗拉：独具特色的“人本管理” 通用电气：网罗中国人才 LG：尊重人格的经营第六章 重视本土化营销 可口可乐：本土化思维助营销 戴尔：低价直销走中国 伊莱克斯：人无我有，人有我优 安利：中国特色的营销改造 肯德基：“营”在市场，“赢”在中国 柯达：多层次的本土营销第七章 将企业文化本土化 西安杨森：“鹰”与“雁”的文化 IBM：服务是一种文化 松下：企业文化，入乡随俗 佳能：共生理念在中国 三洋：以柔克刚 惠普：本土化的惠普之道第八章 本土化失利 奥美：失招中国 麦肯锡：兵败实达走麦城， 标致：雄狮的遗憾 三菱：遭遇信誉危机

<<本土化生存>>

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>