

<<改变世界是一种信仰>>

图书基本信息

书名：<<改变世界是一种信仰>>

13位ISBN编号：9787513611718

10位ISBN编号：7513611718

出版时间：2012-9

出版时间：赵雪峰 中国经济出版社 (2012-09出版)

作者：赵雪峰

页数：184

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>

## <<改变世界是一种信仰>>

### 内容概要

iPod、iPhone、iPad，苹果产品抢购狂潮背后的故事是什么？  
精品、速度、时尚，苹果公司选择如此战略原因为何？  
细节、应用、模式的创新整合，为什么能带来成就卓越的聚变效应？  
万众期待，极致诱惑……让人叹为观止的营销热潮何以打造？  
从被迫离开到传奇回归，是什么支撑乔布斯蓄势十年？  
自命不凡、决不妥协，乔布斯为何如此张扬与另类？  
粗暴、颠覆、与众不同，为什么有违常理的乔布斯反而带出了一流团队？  
这一切的一切，全部源自乔布斯那最初的信仰。  
——活着，就是为了改变世界。

## <<改变世界是一种信仰>>

### 作者简介

赵雪峰，资深撰稿人，曾在中型企业、大型企业从事发展战略研究及人力资源管理工作，关注热点企业及企业家的发展成长情况。

著有《像李开复一样做最好的员工》《幸福就是一种感觉》等。

## <<改变世界是一种信仰>>

### 书籍目录

上篇苹果神话 第1章蜕变！

崛起！

巅峰！

——苹果公司的辉煌战绩 1.iPod开创神话 2.iPhone一飞冲天 3.iPad再掀革命 4.“烂苹果”变“金苹果”  
5.超越微软，重新崛起 6.“灭”了微软，终结一个时代 第2章热销背后的秘密——苹果公司的战略选择  
1.用精品战略抗衡平民战略 2.用创新战胜垄断 3.坚守“端到端模式” 4.用速度强化攻势 5.用低价战略扰乱对手计划 6.打造“酷”的产品 第3章成就卓越的基因——苹果公司的创新实践 1.建立完善的创新体系 2.化解创新活动与持续经营的冲突 3.关注产品细节的微创新 4.由技术创新到模式创新 5.创新是消费者实际采纳的东西 6.创新，简约而不简单 第4章锁定消费者的忠诚度——苹果公司的营销法则 1.极具诱惑的煽动力 2.非同凡想的广告宣传 3.创新消费理念，引领消费需求 4.体验为王，不卖产品卖身份 5.点“数”成金 6.打造全球化市场，抢夺全球客户 下篇乔布斯传奇 第5章从被迫离开到传奇回归——乔布斯的苹果情结 1.车库里诞生的苹果 2.被苹果公司炒鱿鱼 3.暗中发力，等待时机 4.卷土重来，再掌苹果 第6章自命不凡与决不妥协——乔布斯的企业文化理念 1.狂傲不羁，无所畏惧 2.鼓励“以下犯上” 3.告诉世界我是最好的 4.做决不妥协的硬汉 第7章非常规路线打造一流团队——乔布斯的管理之道 1.美国最粗暴的老板 2.打破常规，颠覆传统 3.与众不同的右脑管理 4.打造一流的团队 第8章改变世界是一种信仰——乔布斯的人生梦想 1.活着就是为了改变世界 2.追随内心，做最擅长的事 3.坚守永恒的信念 4.培养接班人 5.斯人已去，精神长存 附录 苹果公司创新档案 附录 史蒂夫·乔布斯档案 附录 乔布斯经典语录 附录 世界商界领袖评价乔布斯 参考文献 后记

## <<改变世界是一种信仰>>

### 章节摘录

版权页：2007年初，史蒂夫·乔布斯在Macworld 2007上宣布：苹果公司准备推出一款新的智能手机，并准备年中在美国首先上市。

当乔布斯拿着一个昂贵、功能欠缺并且没有应用程序的iPhone一代，号称领先业界五年时，世界手机市场的一些老手们对苹果这个手机生产新手说出这种话“笑掉了大牙”。

可苹果人并没有在乎这些议论，他们坚持走自己的路。

乔布斯曾说：不要被教条束缚，那意味着你和其他人思考的结果一起生活。

不要被其他人喧嚣的观点掩盖你真正的内心的声音。

企业只有经过不断的探索与锐意进取，才能闯出自己的成功之路。

苹果公司也是如此，一段时间以来，他们不断地进行尝试，从来没有停下探索的脚步，从2001年推出iPod后，苹果人做了许多基础性的研发工作，虽然没有成功，但这些奠定了iPhone后来一飞冲天的基础。

任何新事物的产生和发展，都要经过一个由弱到强逐步成长壮大的过程，一个新产品在面世的过程中，受到一些人的蔑视、轻视是常有的事情，特别是有超前意识和理念的产品，得不到理解更是正常的事情，关键是当事人持什么样的态度。

华人首富李嘉诚说过：“当一个新生事物出现，只有5%的人知道时，赶紧做，这就是机会，做早就是先机。

”苹果研发iPhone就抓住了这个先机。

为了在竞争中取胜，苹果组织设计人员对iPhone进行了大胆的设计。

iPhone没有键盘，而是创新地引入了多点触摸屏界面，在操作性上与其他品牌的手机相比占有领先地位。

用户在操作iPhone时，手指轻点就能拨打电话，转换应用程序也易如反掌，还可以直接从网站上复制粘贴文字和图片。

2007年6月29日，苹果公司的首款手机产品iPhone发布以后，在业界立即产生了巨大的轰动，iPhone创新地将移动电话、可触摸宽屏iPod，以及具有桌面级电子邮件、网页浏览、搜索和地图功能的突破性因特网通信设备这三种产品完美地融为一体。

iPhone无可争议地成为几年来消费电子行业的绝对关键词。

它开创了移动设备软件尖端功能的新纪元，重新定义了移动电话的功能。

正如谷歌CEO埃里克·施密斯所说：苹果公司开始了科技史上第二次最引人注目的演出，它传奇般的复苏之路，让人难以忘怀。

虽然iPhone刚刚起步，但实际上，在苹果的战略中，iPhone已不仅是一款智能手机，也是一个开辟新市场的利器，更是他们再次开创新模式的一个支点。

苹果以其强大的影响力，形成新一代设备、服务和信息系统的变革，让行业之间的力量重新分配。

## <<改变世界是一种信仰>>

### 编辑推荐

《改变世界是一种信仰:乔布斯和他的苹果神话》编辑推荐：2012年8月20日，苹果公司成功打破了微软公司1999年创造的市值纪录，被各大媒体和市场分析人士誉为“有史以来全球最值钱的公司”。这则消息再次吸引了大家的注意力，引起媒体和公众热议。

《改变世界是一种信仰:乔布斯和他的苹果神话》是乔布斯逝世后深度解析苹果公司和乔布斯的最新力作。

经过乔布斯刚去世时的媒体热评，现在是大家冷静下来重新深度思考分析苹果公司和乔布斯的最佳时机。

<<改变世界是一种信仰>>

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>