

<<与总裁谈心>>

图书基本信息

书名：<<与总裁谈心>>

13位ISBN编号：9787801189080

10位ISBN编号：7801189086

出版时间：2000-01

出版时间：经济管理出版社

作者：彭绍仲

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>

<<与总裁谈心>>

书籍目录

目录

第一章 财富心，企业观，道德经

I 财富心

(1) 财富的性质 为你惑来为你累

() 财富的根源 为你奋斗拼搏

() 财富心 为你急来为你馁

企业观

(1) 市场规则面前人人平等 公正竞争与平等交易

() 山外青山楼外楼 打工的企业与企业的“大哥大”

道德经

(1) 一锤定音的职能 + 恩威并俱的权威 = 无往不胜的法门

() 私人范畴的品德 既不愿施于己，也不愿施于人却居然影响和左右他人

() 一本难念的经：品德的力量与无私的道德

第二章 需求的牛鼻子

I 需求的牛鼻子

(1) 牛鼻子的胃口、嗜好与个性分布

() 牛鼻子的嗅觉变化 需求的时尚和周期：原本地上草 风吹两边倒

() 看得见 摸得着的牛鼻子

牵得住的牛鼻子

(1) 新草 嫩苗 逆向拴住牛鼻子 高度属性

差异化

案例：以两倍于人的价格出售的奔驰车

案例：飞龙集团的盛与衰

() 旧根发新苗 顺势牵住牛鼻子 廉价 实

用和便于购买：最深厚的牵动力

案例：“价格要一天比一天低”的沃尔玛特百货

公司

案例：廉价、实用 使用方便的小产品赢得

大市场 吉列公司的刀片

案例：“卡丹帝国” 大众化的神奇效应

案例：使民众“购买食品的开支节约三成”

的都特惠勒

() 牛恋草 草牵牛 顺着牛鼻子种好草

天涯何处不长草

案例：“非常可乐”的非常之道

案例：“天生”奇迹“奇”在哪里？

第三章 市场的杠杆

I 杠杆就是力量，就是利润

力量和利润的杠杆

(1) 差异 力量杠杆

案例：车到山前必有路 丰田的差异化

成效

() 结构 利润杠杆

案例：美国通用电器公司

<<与总裁谈心>>

案例：力争第一的韩国三星企业集团

() 沟通 两重性杠杆

案例：广告使“可口可乐”风靡全球

案例：短时间崛起的黑马 飞龙集团的广告

轰炸与人海会战

案例：“巨人”的三大战役

握有杠杆的利器，就可以包打天下：拥有准赢的力量 稳赚的利润

(1) 杠杆的使用空间

() 杠杆的使用效果 效应水平

() 杠杆的配合使用 相互作用关系

案例：微波炉大战谁是赢家

案例：时尚搜狐

案例：科特迪瓦（非洲）和哥斯达黎加（北美）

咖啡业的持续性

案例：无力进行差异化和结构提升 韩国汽车

企业为什么失败？

第四章 经营之道

I 如何才能把企业不断做大？

增长 结构 新的

增长（点）：成长的定式

(1) 增长取决于结构

案例：企业要有自己的“玩意儿”！

北京裕兴

公司的增长点

案例：“格兰仕”微波炉

案例：只有形成差异才能超人 等 民润

超市

() 结构赢得效率和新的增长

怎样判断机会来临？

天时 地利 人和：行动的说明

(1) 天时：需求的牛鼻子

() 地利：力量的杠杆

() 人和：需求的创造与产销的组织

案例：DVD市场的“苹果”熟了吗？

从哪儿着手提高盈利？

内因外合 外联内控 繁简分合：效率的路线

(1) 内因外合的结合特征与逻辑关系

() 外联内控的重心与方式

案例：日本汽车制造企业的产品供应链及内部

供求关系

案例：日本汽车制造企业的产品需求链及内部

供求关系

案例：美国耐克公司关键环节的控制

案例：耐克公司的前后产业关联

案例：日本为何滑向二流国家？

<<与总裁谈心>>

() 繁简分合之道

案例：新的供应链战略

案例：再次掀并购巨浪的美国电信业

案例：改变汽车业面貌的历史性合并

案例：国民半导体公司 通过兼并增强竞争

实力

案例：贪大的误区

案例：合并是一种时尚？

案例：春兰在干什么？

案例：长虹向何处去？

案例：以小公司方式来经营大企业

以何为据决定攻防进退？

非常的空隙 微妙的均衡：过程的原则

(1) 进退的博弈：非常之间莫犹豫

() 攻防的判断：微妙之处下功夫

案例：不知进退的“阿迪达斯”被“耐克”

击败

V 以何为器保持不衰的进取？

永无常形、兵无常态：力量在于创新 优势在于差异：绩效的逻辑

(1) 力量在于创新

案例：邓百氏公司同斯普林特公司的顾客

建立联系

案例：企业项目资源公司成为承包销售与营销

的先锋

案例：创新使佳能保持全胜的力量

案例：3M公司的产品创新

() 优势在于差异

案例：微软成为世界最盈利企业的差异化

策略

案例：家电企业多元化尤其是逐鹿电脑海尔

能行吗？

案例：不求全能冠军 但求单项第一的科

龙集团

案例：家电业创造优势在何方？

第五章 管理之效

I 目标原则：目标是旗帜 是方向 有方向才能选择到达目标的路径

(1) 有的放矢的眼光：定位的目标

() 毫不犹豫的胆识：决心与战略

() 小心翼翼的战役组织：人员的组织与杠杆运用

过程控制：山高、路远沟深大军驰奔既要鲜明方向，又要马不蹄

(1) 一手握着双向的沟通

<<与总裁谈心>>

- () 另一只手握着组织的控制
 - () 一只眼睛盯着过程进展的方向校验风险规避
 - () 另一只眼睛盯着效率的调动和控制
 - 绩效核心：马拉松的优胜，赢在最终结果
 - (1) 速度与耐力 盈利水平与杠杆优势
 - () 体能的提升 绩效的阶梯
- 附录：传统型企业的组织策略与方法
- 参考文献

<<与总裁谈心>>

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>