

<<市场营销最重要的100个管理法则>>

图书基本信息

书名：<<市场营销最重要的100个管理法则>>

13位ISBN编号：9787806976210

10位ISBN编号：7806976213

出版时间：2006-1

出版时间：海天出版社

作者：鲁元军 金晓岚

页数：201

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>

<<市场营销最重要的100个管理法则>>

内容概要

《市场营销最重要的100个管理法则》为《管理法则丛书》中的一本，将向你介绍的是市场营销中最重要的100个管理法则。

书中将通过“经典释义”、“来源探幽”、“精彩演绎”、“相关链接”4个栏目抛砖引玉地带你进入一个神秘的规律性认识世界。

这里有趣解说看似简单，实为深邃的见解。

对那些希望提高管理认知的人来说，毫不犹豫地了解它们是必须的，因为没有什么比这些法则更能穿透管理的本质，它们是你领悟真谛的窗口，通往经营珠峰的天梯！

“法则”、“原理”、“定律”、“效应”等等规律性的认识是人类智慧的结晶。

《市场营销最重要的100个管理法则》选取市场营销最重要的100个法则，以“经典释义”、“来源探幽”、“精彩演绎”、“相关链接”4个栏目抛砖引玉地将你带入一个神秘的规律性认识的世界。

经典的法则定律、精彩的案例解析、有趣的漫画和拓展思维的链接，将启示你对市场营销有新的认识。

奇妙的法则，正如每一滴水珠都隐藏着海洋的奥妙一样，希望在你攀登管理珠峰的时候，成为助你成功的一架云梯。

<<市场营销最重要的100个管理法则>>

书籍目录

80 / 20定律 青蛙法则 劣币驱逐良币定律 路径依赖理论 250定律 凡勃伦效应 达维多定律 波特法则 拟态效应 弗洛克论 断霍尔德定理 桑德堡定律 哈特利论 断渗透效应 鲁尼恩定律 西蒙定理 移植效应 约翰逊定律 艾哈德定律 比尔定理 同类不相容现象 凯德威定律 古西林法则 梅斯法则 瓦格纳定理 营销短视症 萨里定理 赫尔定理 彼得斯定律 史密斯原则 亨德森法则 罗森布鲁斯定理 里斯—特劳特法则 特普热尔定律 米克森定律 加布雷希特定律 冰淇淋哲学 蛋白2I效应 欧高敦法则 邦伦法则 里卡多定理 穆尔定律 杜邦定理 斯通定理 马库斯定理 麦吉尔定理 瓶颈效应 劳伦定律 维斯马尔原则 拒买效应 神谷法则 凯恩法则 索尼法则 可口可乐法则 商圈理论 碰钉子效应 里斯原则 占有率与利润率相关定理 坪内原则 米其林法则 莫斯科定理 哈威特法则 沃尔森法则 跷跷板效应 4分钟法则 魏维尔法则 斯克尼迪尔定律 衬托效应 马斯定理 拉图尔定律 利润三分法则 阿瓜约效应 莱斯托夫效应 瑞默斯定律 阿塔维定律 赫斯定律 法德雷定理 山上定法则 弗里施定理 多拉德定理 放大镜效应 卡尔岑定理 烘托效应 奥新顿法则 感应现象 汉可克定理 巴殊尔法则 温德定律 帕特南定律 沃尔顿法则 杰斐定理 致歉效应 得尺进寸效应 零和效应 科斯第一定律 投射效应 尼伦伯格原则 弗里德曼定律 香肠效应 1=100效应

<<市场营销最重要的100个管理法则>>

章节摘录

书摘80 / 20定律 【经典释义】 80 / 20定律又叫大宇宙法则、维弗利度定律、巴特莱(又译帕累托)法则。

意指在任何特定的群体中,重要的因子通常只占少数,而不重要的因子则占多数,因此只要能控制具有重要性的少数,全局就得以控制。

【来源探幽】 宇宙大法则最先来源于古犹太人的发现:一个正方形中的内切圆,圆的面积与正方形内所余面积之比大约为78:22,自然界乃至社会生活中此类现象较普遍。

后来意大利经济学家维弗利度据此提出一个近似原理,即“琐碎的多数与重要的少数——80:20原理”。

19世纪末20世纪初英国经济学家巴特莱亦有此发现。

他从英国人财富和收益模式中,得出这样的结果:20%的人口享有80%的财富,而且某一族群占总人口的百分比,与该族群所享有总收入或财富之间有一项一致的数学关系。

而且这种不平衡模式在不同时期、不同国度会重复出现。

【精彩演绎】 宇宙大法则在管理和社会生活的各个方面无处不在。

深圳某证券公司客户部,前任经理张大明非常敬业,在任期间客户数量从原来的5 000户增加到1 0000多户,整整翻了一番,但是公司经营状况仍然没有大的起色,公司只好将他撤换。

李华走马上任后,她不仅没有像张经理那样大肆招聘业务员,反而将原来的业务员裁去了60%;工作也不像张经理那样忙里忙外,而是进行客户分析,将主要精力放在大客户的信息搜集、建档、沟通交流上,表面上显得十分悠闲,但业绩却“噔噔噔”往上串,上任3个月业绩就增长了30%,奖金领了一大叠,领导也眯着眼大夸“小李真能干!”

为什么忙里忙外还不如悠闲自得的呢?原因在于张经理走的是小客户策略,李经理走的是大客户策略。

大客户策略暗合了宇宙大法则,即:20%的客户创造出80%的利润。

在人们的心理中通常有着这样的直觉:对一件事而言,所有的原因大致上是一样重要的;对于一个商家而言,所有的顾客都一样重要,都需要关注;对于一个企业而言,某一范围内的所有员工大致有同等的价值;所有的生意、每一种产品、每一分利润对企业而言都一样好……推而广之——所有的机会都有近似价值,我们应平等待。

可是,宇宙大法则却给了我们一个反直觉的失衡的世界。

在任何特定的群体中,重要的20%的因子,影响着结果的80%,即以一个关键的小的诱因、投入和努力,通常可以产生大的结果、产出或酬劳。

我们只要稍微留心一下就会发现:20%的产品带来企业80%的获利;20%的客户创造出80%的利润;20%的客户带来80%的应收账款;20%的员工完成80%的工作量;20%的员工创造出80%的销售量;80%的过剩库存来自于20%的定期储备;80%的成果来自于20%的投入。

这就是宇宙大法则在起作用。

这也告诉我们,进行任何投入和资源分配都必须重视关键的因子,只有抓住了20%关键,才能取得事半功倍的功效。

【相关链接】 混沌理论:混沌理论与宇宙大法则有同工异曲之妙。

该理论指出,在看似紊乱的背后,有一种可以进行预测的非线性关系。

宇宙大法则与混沌理论都揭示了世界的不平衡状态,共同支配着这个奇妙的世界。

<<市场营销最重要的100个管理法则>>

编辑推荐

本书为《管理法则丛书》中的一本，将向你介绍的是市场营销中最重要的100个管理法则。书中将通过“经典释义”、“来源探幽”、“精彩演绎”、“相关链接”4个栏目抛砖引玉地带你进入一个神秘的规律性认识世界。这里有趣解说看似简单，实为深邃的见解。对那些希望提高管理认知的人来说，毫不犹豫地了解它们是必须的，因为没有什么比这些法则更能穿透管理的本质，它们是你领悟真谛的窗口，通往经营珠峰的天梯！

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>