

# 《企业经营致命伤》

## 图书基本信息

书名：《企业经营致命伤》

13位ISBN编号：9787810006071

10位ISBN编号：781000607X

出版时间：1993-10

出版社：对外经济贸易大学出版社

页数：190

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《企业经营致命伤》

## 内容概要

企业经营致命伤，ISBN：9787810006071，作者：刘晓惠，余运高编著

## 书籍目录

### 第一章 走向国际市场的错误经营观念

- 一、忽视企业的“第二吸引力”
- 二、酒香不怕巷子深
- 三、产品越坚固耐用越好
- 四、产量越多越好
- 五、寸利必得
- 六、过分推崇“真诚待人”
- 七、时间观念淡漠
- 八、忽视环境卫生
- 九、只重经济不重法
- 十、嫉贤妒能

### 第二章 企业国际经营决策的误区

- 一、忽视信息的搜集
- 二、不能扬己所长
- 三、迟疑不决
- 四、不懂变通
- 五、眼光短浅
- 六、不自量力
- 七、固步自封
- 八、缺乏可行性
- 九、怕担风险
- 十、顾此失彼

### 第三章 产品战略上的失误

- 一、不重市场调查
- 二、市场预测失准
- 三、“萝卜快了不洗泥”
- 四、盲目追求高标准
- 五、忽视新产品开发
- 六、以多功能取胜
- 七、一味排斥模仿
- 八、不愿意生产小商品
- 九、金玉裹在败絮中
- 十、不致力于降低成本
- 十一、忽视顾客需求
- 十二、“肥水不流外人田”
- 十三、不知“间”
- 十四、防“间”不力

### 第四章 营销战略的致命伤

- 一、利润高于一切
- 二、产品命名失当
- 三、企业名称欠佳
- 四、片面追求薄利多销
- 五、价格高居不下
- 六、舍不得花钱做广告
- 七、广告宣传中的误区
- 八、广告宣传的负效应
- 九、商标的四个误区

- 十、忽视创名牌
  - 十一、粗心毁名牌
  - 十二、翻译中的失误
  - 十三、售后服务低劣
  - 十四、售前服务意识淡薄
  - 十五、同室操戈
  - 十六、中间商选择不当
  - 十七、对谈判对手缺乏了解
  - 十八、外贸谈判中信息不明
  - 十九、招待外商中的禁忌
  - 二十、迎接外商的禁忌
  - 二十一、带外商参观中的误区
  - 二十二、外贸送礼中的禁忌
- 第五章 跨国经营中的大失败
- 一、缺乏全球战略意识
  - 二、全球战略主观化
  - 三、风险承受能力差
  - 四、忽视文化的作用
  - 五、不能及时抓住有希望的合资项目
  - 六、不按国际惯例办事
  - 七、轻视标准化生产
  - 八、对合作者缺乏了解
  - 九、出口中的丑陋作风
- 第六章 与外国人做生意的禁忌
- 一、与日本人做生意的禁忌
  - 二、与美国人做生意的禁忌
  - 三、与加拿大人做生意的禁忌
  - 四、与意大利人做生意的禁忌
  - 五、与法国人做生意的禁忌
  - 六、与德国人做生意的禁忌
  - 七、与拉美人做生意的禁忌
  - 八、与阿拉伯人做生意的禁忌
  - 九、与其他国家商人做生意的禁忌
- 第七章 中外企业经营致命案例
- 一、缺自乏信
  - 二、“因小失大”
  - 三、“好心”不得好报
  - 四、忽视商资调查的苦果
  - 五、铜锁降价后的遗憾
  - 六、国门内的“混战”
  - 七、偏听偏信的恶果
  - 八、以假乱真毁名牌
  - 九、非洲茶叶的悲哀
  - 十、倒霉的“838”
  - 十一、贪小利吃大亏
  - 十二、不知进退的IBM
  - 十三、古币的风波
  - 十四、中国豆腐在美国的遭遇
  - 十五、中间商选择上的失误

- 十六、心急吃不得热豆腐
- 十七、莱曼兄弟公司内部的“火并”
- 十八、措手不及的美方代表
- 十九、引“狼”入室
- 二十、受冷落的小汽车
- 二十、产品设计失误引起的纷争
- 二十二、不完美的市场调查
- 二十三、聪明反被聪明误
- 二十四、没有预见到的政治风险
- 二十五、义利公司的疏忽

### 第八章 中外名人论企业经营致命伤

- 一、企业家
- 二、领导艺术
- 三、经营管理
- 四、信息和预测
- 五、经营决策
- 六、竞争
- 七、质量和信誉
- 八、技术革新

# 《企业经营致命伤》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)