

《社区商务方式》

图书基本信息

书名：《社区商务方式》

13位ISBN编号：9787111504798

出版时间：2015-7-1

作者：郭威

页数：163

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

《社区商务方式》

作者简介

郭威，佐佑商学院院长，管理学博士。专业方向为组织理论、组织设计。喜欢研读经典组织理论，尤其爱好巴纳德组织理论，对描述鲜活现实的案例有兴趣。著有《新组织设计》《大企业组织管理案例》。

书籍目录

- 总序
- 前言
- 第一章 丰田喜一郎与神谷正太郎
 - 第一节 丰田喜一郎的远见
 - 第二节 神谷正太郎其人
 - 第三节 中兴之祖石田退三
- 第二章 神谷建立的销售网络
 - 第一节 神谷早期对销售资源的争夺
 - 第二节 神谷与石田的产销之争
 - 第三节 建立多品牌的销售网络
 - 第四节 建立丰田直营经销店
 - 第五节 管理培养推销人员
 - 第六节 对丰田经销店的管理
- 第三章 经营之神的布局能力
 - 第一节 创立汽车学校
 - 第二节 成立公司投资多种相关事业
 - 第三节 成立销售公司进修中心
 - 第四节 刺激需求的低价策略
 - 第五节 神谷的影响力
 - 第六节 丰田家族的理念土壤
- 第四章 丰田低端车进入美国市场
 - 第一节 前期进入美国市场的两次失败
 - 第二节 石油危机助力“花冠”成功进入美国
 - 第三节 丰田在美国的销售策略
- 第五章 雷克萨斯成功扎根美国市场
 - 第一节 丰田英二的战略决策
 - 第二节 市场策略与定位
 - 第三节 构筑精锐销售网络
 - 第四节 准时制的供应链体系
 - 第五节 赢得最高满意度的售后服务
- 第六章 世纪之交的战略转型
 - 第一节 抓住年轻人的心
 - 第二节 参加F1赛车拉力赛
 - 第三节 加强二手车市场业务
 - 第四节 调整销售体系
 - 第五节 利用信息互联网技术改善销售
- 第七章 丰田在互联网领域的尝试
 - 第一节 汽车互联网销售方式的兴起
 - 第二节 通用和特斯拉互联网销售的不同方式
 - 第三节 丰田的互联网销售
- 第八章 营销的社区商务方式
 - 第一节 商务活动方式的演变
 - 第二节 社区商务方式的内涵
- 后记
- 参考文献

《社区商务方式》

精彩短评

- 1、社区商务这一概念很清晰地解释了品牌、生产、渠道、消费者之间的深刻联系，对看清现在的电子商务、消费升级、社群经济、网红经济、内容电商给了非常大的启发！
- 2、这本书应该是介于案例和传记之间的一本书，书写体例比较像案例，内容比较像传记。书中过分强调了石田退三和神谷二人的个人作用，并没能够完美得为我们呈现丰田的历史演变和成功做法。可以说这部书是整个系列里最差的一本。
- 3、比较翔实地还原了丰田汽车的发展历程，但是分析较少，书中前后都引用了大段《营销的本质》一书。作为补充材料看看还行。

《社区商务方式》

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