

# 《誰能扳倒大象?-以弱制強的蘭徹斯特法則》

## 图书基本信息

书名：《誰能扳倒大象?-以弱制強的蘭徹斯特法則》

13位ISBN编号：9789861340586

10位ISBN编号：9861340580

出版社：先觉

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)

# 《誰能扳倒大象?-以弱制強的蘭徹斯特貳》

## 內容概要

撼動韓國、日本行銷界?以小搏大的生存法則 全球化浪潮洶湧，中小企業如何在夾縫中求生存？初出茅廬的小公司，如何蠶食大公司既有的地盤？如何透過「差異化」與「市場區隔」，搶下對手的市占率？誰能扳倒大象？以弱制強的蘭徹斯特法則中外歷史上，以寡敵眾、以弱制強的事例層出不窮，但是要怎麼做才能獲得這樣的勝利呢？難道只靠旺盛的企圖心和不怕死的意志嗎？事實是，弱者必須只打有把握的仗：將戰力集中，發揮極大化的效果。拿破崙、成吉思汗、孫子都是這麼做。蘭徹斯特是英國科學家及航空理論家，曾深入研究一次世界大戰的空戰而發現了現代戰爭的特性：過去一對一近身肉搏的局部戰，已轉變為一對不特定多數的廣域戰。過去是「初期投入兵力越多，總戰力越強」，現在是「初期投入兵力越多，總戰力以平方倍數增加」。這個法則對現代行銷深具啟發性。本書運用蘭徹斯特法則，說明商業行銷中弱者如何求存致勝：不要與強者正面對決。既然是弱者，更要集中資源和火力。分散強者的戰力，鎖定其弱點全力攻擊。一開始就占據市場的人最有利。後進者要搶攻市場，必須付出加倍的代價。想要分食市場，僅僅擁有較好的商品是不夠的。與其跟進強者先占的市場，不如開發新市場或利基市場。在任何市場中，只有前三名才能真正存活。確實擁有一項第一名的商品，才有資格長久發展。誰說強者一定恆強？方法對了，你也能扳倒大象！

# 《誰能扳倒大象?-以弱制強的蘭徹斯特貳

## 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)