

# 《向总裁学做生意》

## 图书基本信息

书名：《向总裁学做生意》

13位ISBN编号：9787807673514

10位ISBN编号：7807673516

出版时间：2011-3

出版社：网易财经中心 山西出版集团，山西经济出版社 (2011-03出版)

作者：网易财经中心

页数：216

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)

# 《向总裁学做生意》

## 内容概要

《向总裁学做生意:成功就是要与众不同》他们是中国企业的佼佼者，他们是中国创业人心目中的榜样，他们构筑了中国当下的商业版图，他们打开了中国企业大踏步走向世界的大门，他们是陈晓、柳传志、董明珠、黄怒波、王中军、李书福、周鸿祎等一批现代企业精英。他们齐聚本书，畅谈成功经验，展望未来发展趋势。书中不乏精辟独到的创业真经，譬如“领跑很重要，方向更重要”，亦有如何做差异化的商品，差异化的市场这种具象化的企业经营策略，励志性和实用性很强。

# 《向总裁学做生意》

## 作者简介

网易财经中心，是门户网站网易旗下的一个特色频道，专门追踪和报道国内和国外财经动向，企业名家做客访谈，积极开拓各个行业间的互动合作为主的一个平台。

# 《向总裁学做生意》

## 书籍目录

### 章节摘录

差异化才是商销售的根本当然，媒体上也有很多报道，包括说我们取消了一些所谓“进场费”。在这里我还要澄清一下，像国美这样的大型零售卖场，包括苏宁，包括其他的百货行业，实际上在这几年的高速成长过程中，大家对盈利模式、商业模式始终在探讨，但始终没有形成一个完全合乎时代发展、社会变化的合理的盈利模式。因为这种盈利模式在前期没有形成，我们零售企业和上游企业确实有一些收费的环节。实际上作为商人来讲，商业的本质是买卖商品、根据市场需求组织商品买进，然后用各种各样的方式卖出来获取商业利润。假如说这样的商业模式不能形成，要通过收费来形成一个盈利模式的话，那我相信这不是做商业的本质。所以我们前面也讨论过类似的问题，中国的商业模式是走超市的方式，通过商品差价的收益来支撑这样一个商业模式呢，还是说通过商业场地、各种各样不同方式的价值转移来获取商业利润？这是两个完全不同的商业模式。外资零售行业在中国零售业里占据了非常重要的位置，而唯独家电行业里面，“百思买”等这些企业占据的市场空间仍然有限，这种现象是源于什么呢？为什么外国的家电企业难以进入中国，占据更大的地盘？中国有很多商业业态，应该说在十几年以前的成长就很充分了，而且他们学习国外商业连锁的模式也比较早。家电是一个最具代表性的行业。因为家电行业的竞争，在十几年前就很充分、很激烈，同时通过这十几年充分的竞争，实现了行业整合的过程。而这个过程在其他的商业零售业里面还没有完成，包括像超市和百货。他们虽然有竞争，但是全国性的行业整合的过程还远远没有结束，甚至说还没有开始。因为这个行业的整合没有结束，所以市场是很分散、很零乱的。大的跨国公司进来的机会就会大很多，或者说它的进入门槛会低很多。而唯独家电零售行业，通过这十几年的充分竞争和行业整合，实际上已经有了进入的门槛。因为这个门槛的存在，像“百思买”这样的跨国企业进入中国市场以后，受到门槛的挑战，它的发展是很缓慢的。其他的企业在未来可能也会进入中国市场，但同样因为这个门槛的存在，它的发展会很缓慢。所以说这是和行业竞争程度、整合程度有关联的。家电行业率先经过了这样一个过程。我感觉市场实际上是一个最大的推动力，市场竞争和整合是一个行业整合最大的推动力。我相信这些行业未来也会发生家电行业已经走过的这样一个行业整合的道路。我们如果对消费者进行细分的话就会发现，消费者是由不同的人群组成的。原来的国美是面对所有消费者，对不同的消费者用的是同样的销售方式或者服务的措施。假如你要把市场做得更细，给消费者的服务做得更完整的话，就必然要把消费者的人群做细分。细分以后你会发现，消费者的需求是有很大差异的。而如何满足这种差异化的需求，那就变成了我们一个差异化的商品，差异化的销售，包括差异化的服务，整个一个差异化的体系。而且差异化实际上可以带来一个企业的服务升级。因为普遍的服务和差异化的服务还是有很大区别的。假如说你能够把那些特殊服务做好的话，那么你的普遍服务一定会上一个层级。差异化实际上是市场成熟到一定程度的标志。因为所有人的消费需求最后都会出现差别，而能够满足不同差别消费者的消费需求的话，实际上是一个零售企业的最高境界了。对国美这样一个全国性、面对所有消费者的企业来讲，最后一定会把它的服务对象分成不同的等级，然后能够满足所有消费者对它提出的消费需求，这就是我们的一个差异化的宗旨。但是通过差异化我们也找到了另外一些改善公司经营业绩的条件，比方说一些高端人群，他们对服务的要求是很高的，而他对成本的要求并不高，对价格并不敏感，但是他们要求满足他一些特殊的服务。也就是说，你具备了这种能力的时候，你就会发现，对高消费人群的服务是可以有收益的，而并不是完全免费和无偿的。同时，对无偿服务的一些改善，实际上也需要在不同阶段提高等级，这个也是通过差异化服务的形成来改善普遍服务的途径。

# 《向总裁学做生意》

## 媒体关注与评论

假如你要把市场做得更细，给消费者的服务做得更完整的话，就必然要把消费者的人群做细分。细分以后你会发现，消费者的需求是有很大的差异的。而如何满足这种差异化的需求，那就变成了我们一个差异化的商品，差异化的销售，包括差异化的服务，整个一个差异化的体系。——国美电器董事局主席 陈晓比如说在淘宝开网店是免费的，但是淘宝的网店多了，你要想把你的店排在前面我觉得这是可以收费的。而且基于免费，在提供非常优质服务的基础上企业还能够挣到钱，最后形成商家、企业、用户多赢的局面，只有在互联网才可以实现。——360安全中心董事长 周鸿祎主要特别想问的就是做投资我们什么东西是不能做的？就是哪些错误我们是不能犯的，我比较关心他是怎么犯错误的。因为巴菲特也犯过很多错误，我也犯过很多错误，那么我就想哪些错误是我们可以避免的，就是明知是错的事你就不要去做，我们做企业也是一样，你要做对的事情，把事情做对。——步步高集团董事长段永平一个企业不光是影视企业，任何一个行业，借助资本市场和金融的杠杆的能力，都会加大公司的抗风险能力，投资能力，它的远景会更大一些。——华谊兄弟传媒股份有限公司董事长 王中军

## 《向总裁学做生意》

### 编辑推荐

《向总裁学做生意:成功就是要与众不同》他们是中国企业的领军人物，并不拥有一个比我们更聪明的大脑，成长经历和我们也没有什么不同。那么，他们凭什么变得和我们不一样？陈晓、柳传志、王中军、李书福、周鸿祎等齐集本书，畅谈经营之道，分享成功经验。段永平说：做对的事情和把事情做对。本书随处可见这种激励性十足的语句。再如柳传志说：领跑很重要，方向更重要，李书福说：用行动去证明你所相信的等，不仅有鲜明的励志色彩，更具备很强的学习和人生指导作用。另外，本书对不少行业的发展前景和现状，以及如何做有竞争力的产品均有精辟而独到的见解，对有志于从事相关行业和创业的人士有很大的借鉴作用。比如：国美电器董事局主席陈晓说：假如你要把市场做得更细，给消费者的服务做得更完整的话，就必然要把消费者的人群做细分。细分以后你会发现，消费者的需求是有很大的差异的。而如何满足这种差异化的需求，那就变成了我们一个差异化的商品，差异化的销售，包括差异化的服务，构成整个一个差异化的体系。360安全中心董事长周鸿祎说：免费是互联网的精神和精髓。比如说在淘宝开网店是免费的，但是淘宝的网店多了，你要想把你的店排在前面我觉得这是可以收费的。基于免费，在提供非常优质服务的基础上企业还能够挣到钱，最后形成商家、企业、用户多赢的局面，只有在互联网才可以实现。步步高集团董事长段永平说：做投资，我们有什么东西是不能做的？哪些错误我们是不能犯的？我比较关心的是怎么犯的错误。巴菲特也犯过很多错误，我也犯过很多错误，哪些错误是我们可以避免的？明知是错的事就不要去做，做企业也是一样，你要做对的事情，而且把事情做对。华谊兄弟传媒股份有限公司董事长王中军说：任何一个行业，借助资本市场和金融杠杆的能力，都会加大公司的抗风险能力，投资能力，它的远景会更大。

# 《向总裁学做生意》

## 精彩短评

- 1、很值得阅读的书，收益良多
- 2、书的品质很好，值得购买
- 3、不错的书 书页质量很好
- 4、细细品读，受益匪浅！
- 5、恩，有塑封，希望有用，还没仔细看
- 6、了解中国企业家的一些观念
- 7、没什么独特的，应该就是从一系列杂志剪切过来的
- 8、领跑很重要，方向更重要，这句话很带劲！
- 9、希望大家以我为戒，在这网站买书，觉得不买特价书，书的质量太差了，内容是东拼西凑的
- 10、包装好！送货快！！



# 《向总裁学做生意》

## 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)