

《市场是新的》

图书基本信息

书名：《市场是新的》

13位ISBN编号：9787506029124

10位ISBN编号：750602912X

出版时间：2007-9

出版社：人民出版社

作者：(美)约翰.维克.米凯莱.柯汉

页数：191

译者：陈建国

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

《市场是新的》

内容概要

《哈佛商业评论》强力推荐项目。

18本企业管理者必读的书籍之一，50家知名企业的成功基石，应用商业战略发现企业的制胜之道。对新市场进行开发意味着：企业可以获得更高利润，社区可以变得更强大。

尽管本书的选题非常复杂，但作者进行了非常有条理的分析，从而使之具有很高的可读性。作者不单介绍了成功的案例，也对各种商业陷阱进行了说明，这有助于管理人员为企业创造价值并为市场的消费者群体带来利益。我个人对本书非常推崇。

——绿山咖啡公司总裁兼首席执行官，《福布斯》杂志2001年“年度企业家”称号获得者 鲍勃·斯蒂勒

在市场开发的过程中，我们很难计算出我们应该做什么和能够获得什么。本书对企业在新市场进行开发并创造价值的过程中所面临的挑战和市场机遇进行了详细分析。

——瑞施公司董事长兼总裁、NAACP终生成就奖获得者 拉塞尔·西蒙

通过开拓新市场，为消费者、员工和供应商创造利益，并不是一个全新的商业理念。尽管一些书中已经对新市场所能带来的商业机会作了许多介绍，却没有一本书对如何把这个商业理念转变为成功商业案例的详细战略作出介绍。而本书的目的正在于此。

本书作者在此领域进行了长期的、开拓性的深入研究，对50家知名企业（包括IBM、JP摩根大通和梦工厂等）作了大量的案例分析，对五个关键的成功因素进行了总结，对如何建立双赢的伙伴关系也作出了详细的论述，并结合实践工具、案例研究和详细分析，对如何在新市场中进行投资并建立双赢的伙伴关系提供了具有可操作性的指导。这些研究可以帮助企业建立竞争优势并创造商业活动所需的良好环境。本书主要包括了以下内容。

解读对开发此领域过程中的市场管理人员需要了解的各种经验、教训；

说明如何通过与客户、雇员和供应商的互动来与新市场中的一些团体建立双赢的伙伴关系；

揭示企业如何才能在新市场中找到新的销售增长点、销售渠道，以降低生产成本，提升品质，并聘用到合格的员工。

《市场是新的》

作者简介

约翰·维克：Burns公司的创始人之一、利用商业战略来实现商业价值和社会目标领域的专家。他曾在此领域出版了许多报告和书籍，包括《与怀疑者的对话》等，并帮助过许多企业建立、管理以及提升企业 - 社区伙伴关系。本书中的一些案例涉及到他曾帮助过的一些企业。

《市场是新的》

书籍目录

序言并致谢导论：找寻机遇第一章 开拓新市场 了解市场背景 释放新市场的潜力 归纳总结：案例研究 结论第二章 招聘并维持一支合格的劳动力队伍 了解来自劳动力市场的挑战 解读未来的劳动力市场 如何采取有效措施 归纳总结：案例研究 结论第三章 提升供应链的价值 经济全球化环境下的采购活动所面临的挑战 在供应链中创造价值 提升供应链的价值 反面案例 提升检测水平 归纳总结：案例研究 结论第四章 加速产品和流程的创新 明白日益迫切的创新需求 加速产品和流程创新 测试过程 归纳总结：案例研究 结论第五章 建立有效的伙伴关系 建立和维护双赢的伙伴关系值得公司管理层关注 成功的伙伴关系的特点 建立双赢的伙伴关系 伙伴关系的管理 归纳总结：案例研究 结论第六章 为公司和社区创造价值参考文献

《市场是新的》

精彩短评

1、内容不大贴合小公司，基本上里面说的，大多都已经懂了

《市场是新的》

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