

《如何重启增长》

图书基本信息

书名：《如何重启增长》

13位ISBN编号：9787514108873

10位ISBN编号：7514108874

出版时间：2011-8

出版社：经济科学出版社

作者：欧高敦

页数：98

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.tushu111.com

《如何重启增长》

内容概要

《如何重启增长》收录了星巴克对健康增长的追求、世界经济增长的新前沿、你的新兴市场战略充分本地化了吗、激发实现增长所需要的创意、改进头脑风暴的七个步骤、高管指南：在团队中激发创造力、在受到资本制约的经济环境中实现增长、组织健康：最大的竞争优势、其他栏目、网站内容《麦肯锡季刊》网上奉献等内容。

《如何重启增长》

书籍目录

封面专题星巴克对健康增长的追求--星巴克现任首席执行官 howard schultz专访在新兴市场追求增长
世界经济增长的新前沿：新兴市场的中型城市你的新兴市场战略充分化了吗?激发实现增长所需要的创意
改进头脑风暴的七个步骤高管指南：在团队中激发创造力在受到资本制约的经济环境中实现增长组织
健康：最大的竞争优势其他栏目网站内容《麦肯锡季刊》网上奉献思想交流读者反馈偶拾管理前沿制
定新的增长路线图web 2 . 0如何带来回报：联网企业享受增长红利你的增长战略有合适的领导人吗?持
续稳定地维系收入增长：真实的状况实用洞见超越外籍经理人：新兴市场更优秀的管理者用销售队伍
提振增长问一问人力资源主管：我们用“员工数据”来创造价值了吗?利用战争游戏制胜商场

《如何重启增长》

章节摘录

在深圳城市群，在购买食品和饮料的消费者中，有38%的人认为，店内促销员的建议是一种可信的信息来源，而在南京城市群，这一比例仅为12%。在上海城市群，有58%的居民在百货商店购买服装，而在北京居民中，只有27%的人这样做。由于具有这些常见的多样性，即使只是按照城市群，对营销组合和销售渠道的重点进行微小的调整，也能获取巨大的利润。灵活地管理城市群。一些企业为了战略管理的目的，可能希望对一些城市群进行合并或分离。例如，一家企业可能会合并地域邻近的一些城市群，如广州和深圳城市群，或成都和重庆城市群，条件是其供应链的分布位置能很好地将这些相邻的城市群作为一个城市群来管理。另一些主要由媒体市场驱动的企业可能会发现，将上海城市群分拆为多个子城市群可能更为明智，因为在上海城市群中，有一些市场在看电视的习惯和其他选择上大相径庭。与此相反，在某些城市群--如成都城市群或广州城市群，整个城市群的人们都观看类似的电视节目，因此，在城市群内拓展市场，企业就能更有效地利用必需的媒体开支吸引大城市中的消费者。实际上，一家企业选择二级市场的实际数量取决于需求。二级市场的数量应在可控范围内--最合适的是20~40个。如果数量太少，将不太可能达到所需要的精细化程度，尽管一家企业可能会因为物流方面的原因而采取这种做法。如果数量太多，则可能难以有效运行。成本效益好的印度市场覆盖率 在印度，要想以成本效益好的方式获得消费增长，面临的挑战往往比在中国更大，因为印度的城市化水平较低，且正处于其经济发展的初期阶段。例如，到2030年，印度的10个邦（全国共有28个邦）将占到该国GDP的73%和城市人口的62%，企业要想抓住在这10个邦的增长机会，就需要深入3500个城镇和334000个村庄，去争取消费者。为了明智地分配财力和人力资源，并使事情更便于管理，企业需要放弃基于平均值的管理方式，而采取更精细化的管理方法。一些企业通过重点关注以印度14个最大城市为中心的14个城市群，将会获得很好的机会。到2030年，这些城市群提供的GDP将占到印度全国城市GDP的60%，到那时，这14个最大的城市可能会占到全国城市GDP的24%。

《如何重启增长》

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.tushu111.com