

《软战争》

图书基本信息

书名：《软战争》

13位ISBN编号：9787111148289

10位ISBN编号：7111148282

出版时间：2004-8-1

出版社：机械工业出版社

作者：路长全

页数：234

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

《软战争》

内容概要

人类交流的本质方式只有两种：战争和营销！

营销，是和平状态下导致财富不断流转的软战争。我们每一个人没有退路，必须在软战争中取胜！读完本书，你会找到在这场软战争中生存、扎根、长大的大种源动力，你不会再管理骆驼的方法来管理兔子，从而找到通往成功的路径。

成功不是来自那些烦琐的理论。作者用自己亲历的一个个以小为搏大的鲜活案例演绎其成功背后独特策略的理论体系！为中国企业、中国企业家提供从起点到目标的最佳选择。

《软战争》

作者简介

路长全，中国一系列成功营销的操刀者和设计师，形成一系列最具指导价值的实践经验与理论总结。形成“产品基点”、“竞争支点”、“渠道势能”、“切割营销”等独特的运作方法，提出著名的“骆驼和兔子”管理误区观点和理论体系。曾任伊利集团营销副总、巨能实业集团副总裁、（意）赞邦集团中国区营销总监、远大集团营销策划副总，为数百家企业和机构进行营销咨询和管理服务，创造一系列经典的成功案例。成功运作过著名的跨国公司、非常本土化的国内企业，行业和规模鉴别不相同。路长全凭借对国际经典管理理论的深刻理解和对中国市场、文化的透彻剖析与把握，通过理性但大胆的运作，帮助他所服务的企业摆脱巨大困境，走向发展之路。现任北京赞伯营销管理咨询有限公司董事长、海尔商学院客座教授、对外经济贸易大学工商管理学院客座教授、中央电视台广告部策略顾问等。

书籍目录

赞誉

前言

第一部分 中国人必须打赢的财富争夺战

第1章 非流血的财富争夺战

第2章 软战争中的中国品牌：缺失的一条腿

第3章 软战争中的产品：缺乏活化

.....

第二部分 不对称竞争的三大优先原则

.....

第三部分 管理的三种力量来源

.....

附录A 营销助燃：让兔子跑起来

附录B 解决竞争：访著名营销专家路长全

附录C 做小池塘里的大鱼：著名营销咨询专家路长全为厦门企业家“把脉”

附录D “三个品牌存活论”误导中国企业

附录E 中国营销发展的第三阶段

附录F 我总是把自己打到谷底

致读者

《软战争》

精彩短评

- 1、产品定位、区隔，第一次接触这种思想。写的不算最好，本可以更好的。
- 2、路长全是一个绝对善长总结的人将身边的事务进行系统化的总结然后加以梳理开始传播，并且不断重复、再重复！如骆驼与兔子的故事、营销就是解决竞争，营销是软实力等等观点再成为经典的。上一位读者读的过程中说，书中有30%以上的内容是重复的，要是，你有看过他的其它作品如《解决》、《切割》等，几本书中的内容重复的内容超过30%但，仍有很多人愿意买，也愿意读！
- 3、此本书内容很好的确我们没有退路我们必须在这场战争中取胜
- 4、符合中国特色的营销书
- 5、http://book.sina.com.cn/nzt/1098264536_ruanzhanzheng/
- 6、首先，当当网的书折扣优势不错。同时，书的质量也很好。而且服务等各方面的都还不错。唯一的不足是快递时的外包装感觉有些掉档次。给客户感觉很随意。没有那种踏实感。

《软战争》

精彩书评

- 1、学营销的人必读,不学营销的人也值得一读.用自身运作企业或营销咨询服务的成功经验写出来的书,自然有说服力.虽然其主要经验来自于制造企业的营销,但是对网络营销和电子商务也具有一定的参考价值.观点和理论自成体系,口语化写作,读起来很轻松.可以跳跃式阅读,很多废话(其实是为作者自己的论点进行论证的)可以略过.比起作者其他几本书来说,这本更为经典.
- 2、社会的主流是和平而巴顿却爱战争他感受到,前生就是战场上的将军战争有其魅力之所在战争是一种美学战争体现了人类的勇气,智慧,阳刚,坚韧,果断,潜能而商界就是这样的一个软战场在这个战场上智慧,勇气,阳刚,胜利体现得淋漓尽致.这也是<定位>的实践者.
- 3、偶然在看OM作业的时候一道Speed reduces risk题目让我在网上发现了这本书.读了第二章都第九节豁然开朗.我想这里的Speed应该重点是放在了一个efficiency上,而不是单纯的速度.这样不管是从管理和企业执行的能力上都是提高的,企业本来就是风险与速度并存.过分强调安全和走形式化往往使得企业从一个极端走向另一个极端.

《软战争》

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