

《涡轮战略》

图书基本信息

《涡轮战略》

内容概要

今天，绝大多数企业并没有制订战略计划。有些企业虽有战略计划，但相对于最新的经济环境而言显然已经过时而无用了。对此，借助于本书中的方法，我们不仅可以对企业快速展开战略分析，而且可以就如何完善经营状况立即做出决策，甚至可以根据其他企业多年经营所积累的经验来诊断企业是否需要进行全面转型。

书籍目录

序言	
导论	
第1章 立足当下，认清自我 // 1	
现金是王道 // 2	
明晰很重要 // 3	
客户为上帝 // 4	
确定己之长处 // 5	
不可盲信假设 // 6	
小结 // 7	
第2章 结束过去，走向未来 // 8	
运用零基思维 // 9	
假设从头再来 // 11	
开展客户分析 // 12	
评估运营状况 // 13	
专注有关信号 // 13	
果断做出决策 // 14	
做到持续运用 // 15	
小结 // 15	
第3章 商业分析，企业必做 // 17	
搞清基本问题 // 18	
一切为了客户 // 19	
明确售卖之物 // 20	
确定竞争对手 // 22	
设定清晰目标 // 22	
坚持行动导向 // 23	
小结 // 24	
第4章 需求界定，讲究精准 // 26	
GOSPA模型 // 26	
重视盈利能力 // 31	
完善企业经营 // 31	
小结 // 33	
第5章 理想未来，精心设计 // 34	
开展五年期设想 // 35	
分析目标可行情况 // 36	
思考未来前景 // 37	
思考现实情形 // 38	
领导者当有远见卓识 // 39	
描绘一个激动人心的前景 // 40	
前景描绘在当下更显重要 // 41	
管理者的个人前景 // 42	
小结 // 43	
第6章 使命陈述，正确定位 // 45	
企业的目的宣言 // 46	
明确自己的价值观 // 47	
企业与其信仰 // 48	
打造一个坚实基础 // 49	
争取他人的参与 // 50	

《财富》500强 // 51
明确个人的使命 // 52
小结 // 53
第7章 企业组织，重新塑造 // 54
享有资源情况 // 55
假设遭遇火灾 // 55
诊断客户关系 // 56
重建雇员团队 // 56
诊断经营业务 // 57
坚持卓越理念 // 58
重塑个人事业 // 58
小结 // 59
第8章 人员雇用，重在合适 // 61
候选人当具备两大优点 // 62
雇用决定要三思而行 // 63
工作岗位当考虑周全 // 64
过往成绩须认真审查 // 64
雇用决定中的三次定律 // 65
仓促雇用，难免生悔 // 66
散步聊天，加强了解 // 67
切莫一人做出雇用决定 // 68
找证明人仔细核实 // 69
猎得金牌人才 // 69
考核要求必须明晰 // 70
小结 // 71
第9章 市场营销，高效策划 // 73
做好营销的四大要素 // 74
不断重新审视营销策略 // 77
以经营企业的方式看自身 // 78
展望企业以及个人的未来 // 79
小结 // 79
第10章 竞争分析，知己知彼 // 81
了解自己的竞争对手 // 82
明确客户的购买动机 // 83
避免染上营销近视症 // 83
抵消竞争对手的优势 // 84
透彻了解竞争对手与潜在客户 // 85
小结 // 86
第11章 多快好省，优势所在 // 87
创造竞争优势 // 88
淡化削价性竞争 // 89
专注差异性打造 // 90
确定三方面的差异 // 90
寻求三项潜在优势 // 91
选取企业的目标 // 94
明确企业的承诺 // 95
力求做得最优 // 97
成功的关键 // 98
学会认识自己 // 99

小结	// 100
第12章 营销组合，及时调整	// 101
销售什么产品	// 102
及时更新产品	// 103
市场检验与产品再审视	// 104
恰当定价产品	// 105
翻倍定价的故事	// 106
如何促销产品	// 106
实现更多销售	// 107
培训销售人员	// 108
是否有电话打来	// 109
何地销售产品	// 111
检查相关假设	// 112
保持与时俱进	// 113
小结	// 114
第13章 品牌打造，以求成功	// 115
他人的口碑相传	// 116
企业享有的口碑	// 117
认真选择广告用词	// 118
制作企业的备忘单	// 120
企业有何品牌	// 121
打造企业的品牌	// 122
习惯性思考	// 123
一切皆重要	// 123
个人品牌：他人心目中的你	// 124
小结	// 125
第14章 经营战略，重在SBU	// 127
SBU乃企业内企业	// 128
制定基本经营计划	// 129
明确SBU的负责人	// 129
重新评估整个企业	// 130
必须及时采取行动	// 135
SBU方法的实施	// 136
如何评估“多才的你”	// 137
小结	// 138
第15章 推销活动，做到更好	// 140
待开发的市场潜力	// 141
做销售的核心问题	// 141
打造顶级的销售队伍	// 146
关键技能	// 148
小结	// 148
第16章 经营瓶颈，努力克服	// 150
确定企业的局限因素	// 151
遵循约束分析的程序	// 152
瓶颈因素处处存在	// 152
内部约束与外部约束	// 153
人员不胜任形成的约束	// 154
产品不适销形成的约束	// 155
随时掌控企业的经营情况	// 156

弄清楚个人所面临的约束 // 157
小结 // 158
第17章 企业再造，经营出新 // 159
与复杂性相战 // 160
复杂性定律 // 160
任务的简单化与复杂化 // 161
复杂性呈指数变化 // 162
减少相关环节 // 163
简化整个过程 // 164
将流程推倒重来 // 165
通过合并来减少环节 // 167
尽可能采用外包业务 // 167
授权他人承担次要任务 // 168
直接清除多余环节 // 169
放手让他人担负责任 // 170
善用异常管理手段 // 170
决策当寻求更好更快 // 171
开展实时运作 // 172
简化私人生活 // 173
小结 // 173
第18章 利润分析，增利之道 // 175
盈利低下或毫无盈利 // 176
对每个产品开展利润分析 // 177
高销量客户与高利润客户 // 178
关注企业的现金流状况 // 179
盈利能力的大小排序 // 180
计算盈利能力 // 181
准确摊销费用 // 181
计算单位产品的小时费用 // 182
将机会成本核算在内 // 183
对全部产品做等级排序 // 184
直面残酷的现实 // 185
对自己做个深入了解 // 187
小结 // 187
第19章 产品质量，持续改进 // 189
质量革命 // 190
持续改进 // 191
全新思维 // 192
始于高层 // 192
全面质量管理 // 194
设立标杆 // 195
做好所做的事 // 195
追求卓越 // 196
质量与盈利能力 // 197
客户对质量的定义 // 198
客户的需要 // 199
与竞争对手比较质量 // 200
个人的质量等级 // 201
小结 // 202

第20章 核心业务，务必专注 // 204
确定企业的核心业务 // 205
守好企业的核心业务 // 206
集中精力于核心业务 // 207
关注创造价值的大小 // 208
了解企业的卓越之处 // 209
企业的大本营战略 // 210
明确企业的大本营 // 211
确定企业的核心产品与客户 // 212
提前制定好退守策略 // 212
想好应对之招数 // 213
个人的大本营战略 // 214
小结 // 215
第21章 经营效果，第一关注 // 216
四个关键性问题 // 217
兑现企业的承诺 // 217
事小意义可不小 // 218
提升取得效果的能力 // 220
一整天值得做的事 // 222
成就个人业绩的七个环节 // 223
结论 // 227
参考文献 // 233
涡轮战略课程 // 239
涡轮训练课程 // 244
作者简介 // 248
译后记 // 250

《涡轮战略》

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