

《大学生创业实战指导》

图书基本信息

书名：《大学生创业实战指导》

13位ISBN编号：9787566304377

10位ISBN编号：7566304372

出版时间：2012-9

出版社：对外经贸大学出版社

页数：223

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

《大学生创业实战指导》

内容概要

大学生创业实战指导，ISBN：9787566304377，作者：张静 主编

书籍目录

第一部分 创业准备阶段

Step 1 了解大学生创业

- 1.1 创业时代来临
- 1.2 创业与创业者
- 1.3 创业的一般模式

思考与训练

Step 2 寻找创业机会

- 2.1 寻找商机
- 2.2 选定创业方式
- 2.3 几种典型行业创业分析

思考与训练

Step 3 培养创业者素质和能力

- 3.1 创业者的素质
- 3.2 创业者的能力
- 3.3 创业者素质与能力的培养

思考与训练

第二部分 创业实施阶段

Step 4 拟订创业计划

- 4.1 了解创业计划
- 4.2 编制创业计划书
- 4.3 让投资人对创业计划感兴趣

思考与训练

Step 5 筹集创业资金

- 5.1 负债筹资
- 5.2 股权筹资
- 5.3 其他筹资方式
- 5.4 选择筹资方式

思考与训练

Step 6 组建与培养创业团队

- 6.1 组建创业团队
- 6.2 激励创业团队
- 6.3 整合使用外部资源

思考与训练

Step 7 办理创业的法律手续

- 7.1 选择企业法律形态
- 7.2 办理工商登记手续
- 7.3 办理税务开业登记手续
- 7.4 了解企业相关法律法规

思考与训练

Step 8 开发市场与维护客户

- 8.1 市场定位
- 8.2 开发市场与客户
- 8.3 维护客户

思考与训练

Step 9 管理与运营创业企业

- 9.1 构建创业企业组织文化
- 9.2 制定创业企业战略

9.3 创业企业人力资源管理

9.4 创业企业风险管理

思考与训练

参考文献

3.光辉效应法 该法又称为中心辐射法、名人效应法或影响中心法等，属于介绍法的一种应用特例。它是指市场人员在某一特定的区域内，首先寻找并争取有较大影响力的中心人物为客户，然后利用中心人物的影响与协助把该区域内可能的潜在客户发展为新客户的方法。“光辉效应”法则表明，一些中心人物的购买与消费行为，可能在他的崇拜者心目中形成示范作用与先导效应，从而引发崇拜者的购买行为与消费行为。光辉效应法适合于一些具有一定品牌形象、具有一定品位的产品或服务的销售，比如高档服饰、化妆品、健身等。

4.代理人法 代理人法，就是通过代理人寻找潜在客户的办法。这种方法在国外用得比较多，一般是市场人员在自己的业务地区或者客户群中，通过有偿的方式委托特定的人或者机构为自己收集信息，了解有关客户和市场、地区的情报资料等。实际上这种方法是以一定的经济利益换取代理人的关系资源。代理人法的不足与局限性在于合适的代理人难以寻找，更为严重的是，如果市场人员与代理人合作不好、沟通不畅或者代理人同时为多家公司担任代理，则可能泄露公司商业秘密，这样可能使公司与市场人员陷入不公平的市场竞争中。

5.直接邮寄法 直接邮寄法，就是企业将产品及企业信息印刷成信件或宣传品，以直接邮寄的方式传送给有可能购买的客户，以促使客户购买的一种方式。在有大量的可能的潜在客户需要某一产品或服务的情况下，用直接邮寄的方法来寻找潜在客户不失为一种有效的方式。直接邮寄法具有成本较低、接触的人较多、覆盖的范围较广等优点。该法的缺点是时间周期较长。

6.电话营销法 所谓电话营销法就是指利用电信技术和受过培训的人员，针对可能的潜在客户群进行有计划的、可衡量的市场营销沟通。运用电话寻找潜在客户法可以在短时间内接触到分布在广阔地区内的大量潜在客户。

7.资料查阅法 该法又称间接市场调查法，即市场人员通过各种现有资料来寻找潜在客户的方法。不过，使用该方法需要注意以下问题：一是对资料的来源与资料的提供者进行分析，以确认资料与信息的可靠性；二是注意资料可能因为时间关系而出现的错漏等问题。

《大学生创业实战指导》

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