

<<电信新业务推广战略>>

图书基本信息

书名：<<电信新业务推广战略>>

13位ISBN编号：9787115130457

10位ISBN编号：7115130450

出版时间：2005-7

出版时间：人民邮电出版社

作者：雷乔·纳盖

页数：250

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：<http://www.tushu007.com>

## <<电信新业务推广战略>>

### 内容概要

本书从2001年世界电信业的那场危机谈起，解读了电信行业领先者成国的奥秘，探寻了成功的电信市场进入战略，调查了良好合作的真相，探讨了基于整体资金循环的资产管理战略，总结了全部成功产业推广计划的核心要素，探讨了从商业模式到市场营销以及运营支撑定位，列举了大量实战案例。

本书适合电信企业管理人员、市场营销人员、电信战略专家、电信院校师生阅读。

## <<电信新业务推广战略>>

### 作者简介

雷乔·纳盖女士，PowerTel咨询公司总裁，这家公司为崭露头角的电信公司提供咨询和市场营销方面的服务。

在成立PowerTel之前，雷乔·纳盖女士还曾经先后服务于TollBridge、Tut Systems以及 Powertel Global，担任营销方面的高级职位。

雷乔·纳盖拥有计算机科学和商务管理的双硕士学位，在进入电信行业之前，曾作为规划工程师就职于惠普公司。

## &lt;&lt;电信新业务推广战略&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 失落的2000年：危机重重的电信业 第1章 我们建好了网，却无人使用 异化的市场环境 措手不及的CLEC 新技术的鸿沟 落后于宽带业务的基础网络 为野心所付出的代价 电信泡沫的破灭 缺乏收购的冲动 扭曲的发展战略 动荡的BLEC市场 创新循环 新电信冒险家的五个致命失误 成功的七个特征 1996年的《电信法》：错误的目标还是错误的执行 第2章 从失败的教训到成功的经验 为华尔街而不是股东打工：AT&T 陷入不理智的收购之中：PSINet 在不能盈利的网络上浪费资金：Winstar 错误的客户定位：Northpoint 电信行业怎么了 识别失败者中的潜力股 改变行为：管制和其他方面 第二部分 走向未来，生存的策略 第3章 给你的生意穿上防弹衣 方法一 在某一方面有独到之处或做到最好 方法二 吸引管理人才加盟 方法三 知道你的市场进入战略是什么 方法四 知道如何把你的业务规模化 方法五 制定巧妙的财务策略 方法六 为竞争对手设置市场进入障碍 方法七 提供完善的客户服务 方法八 密切跟踪市场的成长和客户的流失 方法九 制定明确的战术以确立和获得商业目标 方法十 努力培养客户忠诚度 第4章 追求高利润的市场进入战略 评估公司核心竞争力 找到一个属于你的市场空白 制定外包战略 制定可行的财务模式和商业模式 关于建网、转售或租用的决策 ASP的市场进入战略 市场补缺战略的例子 总结：如何建立市场进入战略 第5章 制定有效的业务战略 技术在业务战略中的角色 针对宽带技术的选择推荐几个战略 评估其他技术方案及其成本 考虑市场定位 确定带宽要求 建立业务组合：业务种类与数量 总结：如何选取业务组合 下一步：为业务下定义 服务定价 第6章 合作关系——高效激活价值链 市场合作VS战略合作 将合作伙伴视为战略性资产 MTu市场上的合作 管理业务价值链上的各方 衡量合作关系成功与否的指标 第7章 新业务的推广 在合作者与组织者之间分派角色和相应的责任 制定推广业务的时间表 开始与推广活动相关的市场和销售活动 运营支持和后台支持到位 评估人力资源需求 早期客户试验 第8章 营销沟通战略 第一步 重新确定业务目标 第二步 重新确定定位表述 第三步 设计定位表述 第四步 在宣传中加上你的价值观 第五步 为促销活动做准备 第三部分 下一代网络和应用服务：不会因资本的搁浅而停住脚步 第9章 关于新业务 光纤网络能否满足现有的服务需求 是否会出现一种可以承载杀手级应用的突破性接入方式 存在真正的新业务吗 经济和管制环境的变化 电信业的出路在哪里 客户究竟想要什么 有线电视——仍未面向企业客户 光纤 2002-2005年的十个预言 第10章 市场预测 电信市场的前景 宽带业务推广的情况 提高IP业务水平

## <<电信新业务推广战略>>

### 编辑推荐

他山之石，可以攻玉。

——中国通信企业协会副会长兼秘书长 郝为民 对于处理激烈竞争中的电信企业来说，持久的竞争优势之一，就是具备比对手更快的学习能力。

本套译丛所涵盖的电信管理方面的先进理念和操作技能是任何学习型组织都不能忽略的。

——中国铁通集团有限公司副总经理 周孝先 电信竞争到了当前这一阶段，需要实实在在地“以人为本”。

所谓的“以人为本”，十分重要的一点就是“育人”，本套电信管理译丛的理念先进性和行业针对性，足以使它成为是信企业“育人”的好教材。

——中国卫星通信集团公司副总裁 倪翼丰 最近几年，全球电信业持续陷入衰退的泥沼，重复着增收的困局，但作者在失败和教训中寻找希望，通过大量的案例和深入浅出的分析，探询在电信业动荡和变革中，企业得以生存的秘诀。

作者回顾了世纪之交，以美国为主的全球电信市场惊涛骇浪般的起起落落，在这其中，有大量的经验和教训值得中国的电信企业反思、借鉴和学习。

——人民邮电报社社长 魏茂洪 电信行业的发展正面临前所未有的困境，市场对于电信服务的需求呈现出多样化和低价格的特征，而新的NGN和3G等技术面临着高额投入的风险，运营商由此陷入了两难的境地。

包括NTT通信在内的很多运营商都认为，努力提高业务附加值才是解决之道，新业务也因此成为带领电信行业走向复苏的关键，《电信新业务推广战略》总结了大量实战经验，并面向行业专家和分析师进行了深度的调研和访谈，从而提出了电信新业务的致胜战略，值得一读。

——NTT通信北京上海事务所副所长 榎岛卓哉

<<电信新业务推广战略>>

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:<http://www.tushu007.com>