

<<创业之殇>>

图书基本信息

书名：<<创业之殇>>

13位ISBN编号：9787115295330

10位ISBN编号：7115295336

出版时间：2014-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：[美] David Feinleib

译者：李迎春

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>

<<创业之殇>>

内容概要

《创业之殇》全面分析了创业公司在创立之初普遍面临的各种问题，探讨了苹果、谷歌和Facebook等企业的成功秘诀，总结了其他创业公司失败的经验教训，有助于新晋创业者迅速熟悉创业环境，找到绝处逢生的方法，从而在商业竞争中立于不败之地。

本书为广大风投资本支持的企业和自力更生的企业指明了一条成功之路，是创业者必备的参考指南。

<<创业之殇>>

作者简介

<<创业之殇>>

书籍目录

第一部分 市场、产品及创业者

第1章 糟糕的市场契合点 2

- 1.1 产品的市场契合点 2
- 1.2 大市场空间 3
- 1.3 勇于革新 4
- 1.4 优秀的产品, 糟糕的市场 6
- 1.5 结构性问题 7
- 1.6 确定产品的市场契合点 8
- 1.7 进入目标市场 8
- 1.8 转轨的时机与方式 10
- 1.9 过早积累资本 11
- 1.10 行之有效的转轨策略 12
- 1.11 小结 12

第2章 糟糕的产品 14

- 2.1 产品盲目症的牺牲品 14
- 2.2 糟糕的产品是如何产生的 16
- 2.3 不够专注 17
- 2.4 用户接受难度大 19
- 2.5 产品无法吸引更多客户 20
- 2.6 使用便捷、用途广泛、感染力强 21
- 2.7 产品的化学反应 23
- 2.8 产品投放忌早亦忌晚 24
- 2.9 产品无法规模化 26
- 2.10 小结 27

第3章 缺少创业家 28

- 3.1 具有创业精神的创业家 28
- 3.2 下一个马克在哪 29
- 3.3 创业家的追求: 大创意 30
- 3.4 为市场选择合适的商品 30
- 3.5 缺乏清晰构想的团队注定失败 32
- 3.6 缺少客户, 有钱也没用 33
- 3.7 为经营而招聘 34
- 3.8 如何聘请优秀的人才 36
- 3.9 时刻保持创业家风范 37
- 3.10 专注于自己的强项 38
- 3.11 创业与领导 38
- 3.12 快速失败 40
- 3.13 小结 41

第二部分 销售与市场营销

第4章 过早进行销售和市场营销 44

- 4.1 出手过早的代价 44
- 4.2 由俭入奢易, 由奢入俭难 46
- 4.3 切莫把没找到市场契合点当做执行力不强 47
- 4.4 了解吸引力曲线 48
- 4.5 创造独特价值 50

<<创业之殇>>

4.6	希望不大,吸引力不足	51
4.7	你是否已经做好“添柴加薪”的准备	53
4.8	“走出去”营销	54
4.9	小结	55
第5章	亏本销售	56
5.1	当客户开发成本大于开发价值时	56
5.2	客户开发是决定性因素	57
5.3	理解客户生命周期曲线	58
5.4	企业需牢记:产品靠买不靠卖	59
5.5	战胜固有的偏见	60
5.6	降低销售人员流动率	61
5.7	打造销售杠杆	63
5.7.1	传统方式	63
5.7.2	云计算	63
5.7.3	免费增值模式	64
5.7.4	零成本客户开发	65
5.7.5	口碑营销	66
5.7.6	合作	66
5.7.7	反复从客户身上获利	67
5.8	销售机器阻滞	67
5.8.1	低效的销售人员	68
5.8.2	糟糕的合约	68
5.8.3	不匹配的定价	69
5.8.4	糟糕的销售过程	69
5.9	小结	70
第6章	隐形的初创企业	71
6.1	默默无闻的初创企业	71
6.2	产品创新	73
6.3	病毒式营销	76
6.4	社交媒体	77
6.5	热门话题	79
6.6	搜索	80
6.7	移动应用程序	82
6.8	品牌效应	83
6.9	小结	84
第三部分	执行	
第7章	失败的沟通	88
7.1	表达愿景	88
7.2	设定目标	90
7.3	管理董事会议	92
7.4	发布坏消息	94
7.5	发布好消息	95
7.6	与团队沟通	96
7.7	与客户沟通	97
7.8	讲述你的故事	98
7.9	小结	99
第8章	创业启动失败	100

<<创业之殇>>

8.1	实现突破	100
8.2	打造拥有大创意而非很多想法的企业	102
8.3	在缺乏资金的情况下存活	105
8.4	掌控自己的命运	107
8.4.1	节省开支	108
8.4.2	夜以继日	108
8.4.3	投资者	108
8.4.4	客户融资	109
8.5	打造团队	109
8.6	用户和客户	110
8.7	选址	111
8.8	小结	112
第9章	执行失败	113
9.1	缺乏执行力	113
9.2	初创企业是流动组织	114
9.3	资金不足抑或资金过剩	116
9.4	资金管理不善	117
9.5	债务	119
9.6	产品市场契合点带来的现金流	120
9.7	早期执行与扩张执行	121
9.8	聘请人手帮助企业扩张	122
9.9	掌握资金状况	125
9.10	企业目标：可持续、可盈利的客户开发	126
9.11	先动优势	127
9.12	后来者如何胜出	128
9.13	做市场的领导者	129
9.14	当企业发展落后于市场发展	132
9.15	小结	134
第四部分	资金与流动性	
第10章	失败的投资推介	136
10.1	选择正确的投资推介对象	136
10.2	推介并非免费的午餐	137
10.3	投资动因：贪婪和恐惧	138
10.4	推介过程至关重要	139
10.5	愿景第一，执行第二	141
10.6	讲出来	142
10.7	你就是产品	143
10.8	完善投资推介	144
10.9	演示失败	147
10.9.1	与观众进行眼神交流	147
10.9.2	简洁明了	149
10.10	做好准备，应对尽职调查	150
10.11	支持你的保荐人	151
10.12	了解合伙人会议	152
10.13	小结	153
第11章	流动性管理	154
11.1	流动性事件	154

<<创业之殇>>

11.2	收购失败的原因	156
11.2.1	兜售,而非购买	156
11.2.2	未能吸引并购企业的注意	156
11.2.3	人际关系匮乏	157
11.2.4	收购方战略转移	157
11.2.5	与预期不符	158
11.2.6	欠缺激烈的竞标态势	159
11.2.7	个性问题	159
11.2.8	挖走企业员工	159
11.2.9	尽职调查问题	160
11.3	完成交易	160
11.4	得不偿失	161
11.5	二级市场和临时流动性	163
11.6	首次公开募股	164
11.7	当公司成为产品	164
11.8	小结	165
第12章	由失败走向成功	166
12.1	诸多动机点燃创业激情	166
12.2	为自己打工的神话	168
12.3	拖延导致失败	170
12.4	弥合价值分歧	171
12.5	个人健康	172
12.6	避免失败的方式	172
12.6.1	是否深入了解目标市场	173
12.6.2	市场规模如何	173
12.6.3	能否有效进入目标市场	174
12.6.4	能否掌控自身的命运	174
12.6.5	是否拥有产品愿景	175
12.6.6	能否研发一款优秀的产品	175
12.6.7	能否锲而不舍地探寻产品的市场契合点	175
12.6.8	是否有执行力	176
12.6.9	能否持之以恒	176
12.6.10	是否愿意改变想法	176
12.6.11	是否足够疯狂	176
12.6.12	能否化繁为简	177
12.6.13	谁是你的良师	177
12.7	快速失败	177
12.8	小结	178

<<创业之殇>>

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>