第一图书网, tushu007.com

<<麻烦就是需求，难题就是商机>>

图书基本信息

书名：<<麻烦就是需求，难题就是商机>>

13位ISBN编号：9787121196522

10位ISBN编号：7121196522

出版时间：2013-4

出版时间：电子工业出版社

作者：卢根鑫

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

前言

我很荣幸在卢根鑫老师的《麻烦就是需求，难题就是商机》付梓之前，读完他的大作。
我深受启发，遂将本书推荐给广大读者，尤其是企业经营者与创业者。
“顾客导向”及“顾客至上”是产品或服务能否被市场接受的一个检验标准，也是企业能否快速发展的根基，这是企业管理及行销的经典理论。
卢老师的《麻烦就是需求，难题就是商机》一书，在这个行销理论的基础上，用我们身边熟悉的商业案例，系统地阐述了“顾客导向”的应用，让我们体会了成功的企业经营者如何用顾客的眼睛发现商机、用顾客的心思创造商机。
我于2000年从PC转向VC，从个人电脑的行销转做高科技创投。
我每天都要接触各类创业者，从中筛选投资机会。
创业者在“兜售”创业项目时，他的顾客是投资者，产品是创业项目，他希望以最好的融资条件，“卖”出一部分股权。
但有些创业者，缺少“顾客导向”的行销意识，夸夸其谈其产品有多好，忽略了顾客追求的是什么。
对此，我曾提出“创业思路三部曲”。
我认为创业思路以及商业模式应分为三个层次：看到什么机会 (What)，如何抓住这个机会 (How)，以及为什么是我能做好这个项目 (Why me)。
如果创业者仅强调什么机会（What），缺少有说服力的怎么做（How）与为什么只能我来做（Why me）的论述与布局，你就要慎重考虑这个项目了。
很多创业者可能感觉找不到创业的机会，也就是很难找到一个顾客有强烈需求的产品或服务。
卢老师告诉我们一个简单的方法，那就是顾客的麻烦、难题、缺陷、缺点、不满、失败、挫折、抱怨、不方便……这些来自顾客的反馈，对企业家或者创业者来说，就是发掘市场或创业的绝好机会。
卢老师有多年产业经营的实战经验，所以他能通过浅显易懂的生活案例，为我们阐述管理行销的“顾客导向”理论：顾客的“麻烦”就是需求，顾客的“难题”就是商机。
希望大家和我一样，从这本书中得到启发并因此受益。
智基创投股份有限公司总经理 陈友忠2013年1月序言 致正在寻觅商机的朋友们欲将取之，必先予之。
——《道德经》 如果你是一个富有且想寻找更多、更好商机的人； 如果你是一个不够富有且想寻找商机、谋求发展的人； 如果你是一个面临市场萎缩、利润下降，正待转型的人； 如果你是一个商机难觅、创新难做、创业难启的人； …… 如果你正在看这本书，那就意味着，你有可能发现书中涉及的、当前社会潜藏的各种未被满足的需求。
因为，我们身边并不缺少商机，而是缺少发现商机的眼光。
因为，摆脱困境的关键是如何发现商机，如何将商机转化为财富。
几十年来，“工、农、兵、学、商”每行我都从事过，五次归零、五次崛起。
期间，我与很多创业者、企业家接触过、合作过，与他们一起哭、一起笑、一起承受痛苦、一起分享欢乐，感受着他们创业的艰辛和成功的喜悦，吸取他们成功的秘诀和失败的教训。
我发现许多成功的企业家、大富豪，尽管他们背景不同、起步时间不同、从事的行业不同，但他们有一个共同点，那就是——发现未被满足的需求并满足这些需求。
如何才能发现未被满足的需求呢？
成功的创业者、企业家实践后给出了答案：“拥抱麻烦，亲吻难题”，因为“麻烦就是需求，难题就是商机”。
举个例子也许你不信，菜农低价卖菜的苦恼竟然也能成为巨大的商机。
广东的一位普通下岗职工李高琴，看到农民辛苦种植的蔬菜，因为市场上没有蔬菜产品标准、缺乏蔬菜品牌，只能低价销售。
于是，她联络合作方，开辟蔬菜种植基地，聘请当地农民种植蔬菜；为蔬菜产品制定质量标准、注册“广地蔬菜”品牌，打造让消费者信得过的蔬菜品牌并出口。
现在，她的广地农业科技有限公司在湖北有2.3万亩蔬菜基地，年产蔬菜3.5万吨，年产值3亿元，蔬菜远销加拿大、英国、东南亚。

在香港，广地蔬菜是香港首富李嘉诚旗下百佳超市首席蔬菜供应商，为其旗下373家超市供货，香港市场占有率为10%。
为别人解决难题、满足别人的需求的同时也成就了自己，这是很多企业家成功的秘诀。
人们的需求千差万别，但可以归纳为以下八类需求。
（1）生存是人类的第一需求　为了生存，人有衣、食、住、行、性的需要，也产生了各种各样的情感、欲求、渴望。
当今世界，食品、纺织、服装、建筑、住宅、交通、旅游、医疗、医药、卫生、保健、体育、生物工程等领域，都有极大的市场拓展空间。
例如，没有洁净的水，人们是无法生存的。
生产、供应洁净的饮用水，成就了农夫山泉、乐百氏、可口可乐等饮用水公司。
（2）安全是紧随生存需求产生的　贫富悬殊的社会现实使安全需求日益重要，衍生产品越来越多，与安全有关的高科技产品层出不穷。
奇虎360抓住了人们上网的安全需求，提供特殊的免费服务，从而异军突起、迅速发展成为境外上市公司。
（3）交往是所有人的渴求　交往，包括劳动交往、经济交往、政治交往、精神交往、文化交往，以及由此产生的归属感、向心力和凝聚力。
各种新兴的交往方式如SNS、俱乐部经济、社团经济蓬勃发展，各种新型的交往工具如手机、媒体、计算机方兴未艾，交往正在创造越来越多的商机。
（4）自尊是指人的尊严，包括尊重他人和被他人尊重　首先，人有自尊和被人尊重的需求。
人们对自尊的追求又派生出对他人的尊重，包括承认、接受、关心、赏识、名誉、威望。
当你设计和提供满足人们自尊价值的产品或者赋予有形产品自尊价值时，你的产品价值将大大提升。
品牌价值的内涵就在于此，创立高端品牌，分享高端品牌的价值在中国有着无限的商机。
（5）效率是享受生活的前提，也是竞争的要素　方便、简捷、易操作、速度更快成为提高效率的途径，也是屡试不爽的创造新市场的方法。
计算机及其信息高速公路、物联网、机器人、快递业务、高速公路、高速铁路、航空航天、立体车库、智能仓库、数字化车间、柔性生产、网上销售平台的快速发展，都是人类追求效率的结果。
（6）发展成为个人、企业、社会团体、地区、民族和国家最强烈的需求之一　发家致富、扩展知识、提高素质、提升能力、实现自我价值、实现全面发展，成为人类的追求目标。
创造、创新、创业、发明、发现、革新、探索未知、发展科技、教育培训，一切与发展有联系的活动蕴藏无限商机。
就创业需求来说，为创业者提供服务就是提供机会。
（7）享受生活成为人们的追求目标，提高生活品质成为消费主流　提供具有品质价值、娱乐价值、情感价值、体验价值的产品与服务，会为企业带来滚滚财源。
中国年轻的消费者对网络游戏的痴迷，创造了新的娱乐形式，成就了盛大网络。
为了将个人从繁重的家务劳动中解放出来，个人和家庭机器人将成为继计算机之后的又一个科技和产业发展浪潮。
（8）文化将成为日益增长的新需求　文化无处不在。
许多产业及地方经济的发展，都靠文化搭台；许多产品及品牌的开发，都被赋予文化内涵；许多节日都因为文化内涵而获得新的活力。
人们对精神文化的需求与消费，促进了前景广阔的文化产业的发展，文化产业将成为国民经济贡献最大的产业。
人类的每一类需求都有无限多样的需求子类。
如果你发现别人没有发现的需求子类，你就能创造新的商机。
如果你把这些需求看作是动态的、可变的需求，它们就会为你提供无限的机会。
现代企业发展的秘密就在于发现新需求和创造新需求。
我相信，需求分类一定会让创业者发现没有被满足的需求并为创造新需求提供思路。
举一个我自己的例子：停车难已经成了社会难题，给人们生活带来极大不便。

上海沪闵小区，因为小区内停车位不足，人们将车停在小区主干道上。
有一栋楼失火，消防车进不来，无法灭火，导致楼房烧毁、一人被烧死的惨重后果。
这并不是个别现象，目前全国有2000万辆车没有停车位，只能到处乱停，结果医院停车难生命添堵、小区停车难生活添堵、商圈停车难财源添堵、景区停车难旅游添堵。
将来停车会更难，因为到2020年要新增1亿辆车，而且地面可建车库的空间越来越少，节省土地的立体车库将成为解决停车难问题的重要方法。
新的停车需求，呼唤着智能程度更高、商业模式更新的立体车库企业的诞生。
2012年，我投资成立爱义思（AceS）公司做立体车库项目，就是为了解决城市停车难的问题。
其实，这样的难题还有很多，就看我们有没有一双慧眼去发现难题。
本书将给你这双慧眼，告诉你： 如何借助顾客的眼睛发现商机？
如何筛选最适合企业发展的商机？
如何把好的商机创造成令人心动的产品？
如何激发顾客购买你的产品的欲望？
如何把顾客的购买欲望变成实际的购买行动？
如何把商机转化为实际的现金流和利润？
让我们用顾客的眼睛发现商机，用顾客的心思创造商机。

内容概要

《麻烦就是需求,难题就是商机:创新好产品、创业好项目、创造新市场》是一本关于新机会、新市场、新产品挖掘思路的启发性图书。
从未被满足的需求、顾客偏好的变化、环境的变化等各个方向提出多样式的商机空白区域，配备了大量启发性的案例，帮助读者发散思维和理解运用。
同时给出了实现商机的路径，如何筛选合适的商机、选择合适的载体、如何进行推广和销售。

不管是创业人士寻找商机，还是企业寻找新的市场机会、新产品的研发方向，都可以从中受到启发。

作者简介

卢根鑫，现任翔鹰国际资本运营有限公司（香港）董事局主席兼首席执行官，爱义思（上海）科技发展有限公司创始人、董事长兼总经理。

少年时代卖过荠菜、花生，青年时代卖过西瓜和中药，工农兵学商行行做过，东西南北中闯荡江湖，从战士到博士，历任空军大校、陆军大校、经济学教授、上海研究生教育委员会委员、美国马里兰大学经济系高级访问学者。

曾任上药集团战略与投资委员会专职副主任、青岛国风药业股份有限公司副董事长、香港上市公司天年集团（1178）首席营运官、广东博澳鸿基集团董事副总裁和执行董事，中物联投资集团股份有限公司执行董事。

作者邮箱：lugenxin@yahoo.com.cn

书籍目录

第1章用顾客的眼睛发现商机 1.1顾客眼中的价值，才是你的商机 1.2具有强烈的创新欲望 1.3从顾客的“麻烦事”中挖掘商机 1.4持续侦察顾客偏好的变化 第2章从周边环境中挖掘商机 2.1如何通过细分需求发现新市场 2.2随时侦察和跟进行业趋势 2.3如何从变化的环境中发现商机 2.4你可以创造出新的工作、生活方式 第3章筛选最真实、最合适的商机 3.1这是最真实、最强烈的需求吗 3.2这是最合适、最能把握的需求吗 3.3经营模式必须不同、不同、不同 3.4抓住商机，立即付诸行动吧 第4章把商机变成让顾客心动的产品 4.1选择最合适的载体向顾客传递价值 4.2如何开发最受欢迎的产品 4.3怎样把你头脑中的产品生产出来 4.4恰当的上市策略 第5章如何激发顾客的购买欲望 5.1首要任务：让目标顾客知晓产品 5.2如何引发顾客心理共鸣 5.3产品是“形”，品牌是“神” 5.4“花小钱，办大事”的四种传播方式 第6章销售就是“把水烧到沸点” 6.1不是卖产品，而是销售“顾客心中的价值” 6.2向谁销售：目标顾客应该是具体的 6.3如何销售：攻无不克的6大销售策略 6.4促销：价值刺激的艺术

章节摘录

版权页： 技术进步中的大商机。
不仅表现为掌握核心技术的人有机会抓住商机创业、创富，还表现为普通人也能够利用技术工具找到自己的创业、创富之路。
计算机和互联网，你虽然不懂它的原理和技术，但并不妨碍你利用它创业、创富。
江苏睢宁县沙集镇500户农民，靠着“一指禅”、戳着键盘，和顾客谈生意，卖木制家具用品，一年也能卖5 000万元。
还有一个学美术的女孩叫蔡娟，为了养活母亲，到兰蔻中国公司应聘，由于没有化妆经验被兰蔻人事经理拒绝了。
聪明的她一边在寿司店打工，一边利用业余时间制作教授化妆的视频。
她对着旧摄像机一边自己给自己化妆，一边传授化妆技巧和心得。
就这样，一段制作完美的化妆视频被女孩发布到了YouTube网站上。
如今，她的个人主页已经积累了超过70万的忠实粉丝，全球有超过1.5亿的观众观看她的视频作品。
女孩在美妆界掀起了风暴，经她推荐的化妆品没有一款不热销的。
这时候，兰蔻除了任命蔡娟为御用兰蔻大使外，还奉上一笔丰厚可观的报酬，但被女孩拒绝了。
战略转折点意味着大商机 当某些方面出现变化时，就意味着一个新的战略转折点的到来。
容易出现变化的方面有：技术突破、新的竞争对手的出现、竞争格局的变化、管制的变化、新的销售渠道的出现。
战略转折点到来之前，常有一段时期的“市场冰点”，也就是市场尚未热起来。
成功的企业常在冰点之时提前做好准备，适时将“冰点”转化为“热点”。
中国新兴铸管集团有限公司就是这样的企业，它在钢材热销的20世纪90年代，果断开发当时中国市场尚未启动而发达国家已经广泛应用的离心球墨铸铁管。
它实行基本工资、项目工资和效益提成相结合的分配机制，极大地调动了科技人员技术创新的积极性和创造性。
它通过“分兵战术”从国外引进设备，自我消化、自我研制配套设备，不断改进、创造出超越发达国家的技术，掌握了离心球墨铸铁管的核心技术。
它不断调整离心球墨铸铁管的产品结构，提高按用户要求生产任何规格、符合国际标准的产品的能力，实现可持续发展的目的。
目前，中国新兴铸管集团有限公司已经成为离心球墨铸铁管行业的国际标准制定者，并打算在未来两三年内使离心球墨铸铁管产量位居世界第一。

媒体关注与评论

卢老师有多年产业经营的实战经验，所以他能通过浅显易懂的生活案例，为我们阐述管理行销的“顾客导向”理论：顾客的“麻烦”就是需求，顾客的“难题”就是商机。
希望大家和我一样，从这本书中得到启发并因此受益。
——陈友忠智基创投股份有限公司总经理　我们并不赞成机会主义，却强烈建议营销人务必保持强大的“机会导向思维”，能够在任何环境、条件、资源背景下，发现可以利用的机会；对于产品经理来说，不懂得发现机会，产品开发等于“盲人摸象”。
从麻烦与难题中发现商机，是一种最重要的机会思维。
——史贤龙 《产品炼金术》作者上海博纳睿成营销管理咨询公司董事长　卢根鑫老师从商业创意的本源——市场潜在需求出发，帮助每一位创业者梳理创业思维，设计商业模式，使得本书具有较好的实操性。
从需求出发，从真正有价值的机会做起，而不是随意跟风，或者贸然投入”新、奇、特”的领域，将大大提升创业者的成功概率！ ——陶涛深圳市基石创业投资管理有限公司合伙人、董事总经理　很多创业者在创业之初最困惑的是：市场虽大，我的生存空间在哪里?卢根鑫老师告诉我们，解决别人的麻烦，就能成就自己的商机。
这是一本浅显易懂的创业与营销指南，有思路有案例，特别适合小本创业者作为入门读本。
——华晔宇浙商创投发起合伙人、行政总裁　书中以各种视角、各种侧面、各种例子，以自身丰富的营销经验为指引，为读者开启了需求发掘之门。
声根鑫不仅在市场纬度有很深沉淀，更从战略与心理层面开启了新的思考路径。
拆掉思维的墙，解决麻烦，商机就在其中。
——周炜上海高赢投资管理咨询有限公司战略顾问

编辑推荐

《麻烦就是需求,难题就是商机:创新好产品、创业好项目、创造新市场》由北京电子工业出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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