

<<超越.从竞争中胜出>>

图书基本信息

书名：<<超越.从竞争中胜出>>

13位ISBN编号：9787506447010

10位ISBN编号：7506447010

出版时间：2008-1

出版时间：中国纺织

作者：阎剑平

页数：260

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>

<<超越.从竞争中胜出>>

内容概要

《超越从竞争中胜出》结合中外企业竞争的实战案例，以竞争为桥梁，从竞争战略分析、竞争能力强化、竞争谋略、竞争盲点、超强竞争等方面进行了详细而系统地论述，并揭示了在动荡激烈的市场环境中取得竞争胜利的基本战略理论和进行企业战略谋划和管理的一般规律。书中既有翔实生动的案例，又有说理充分的论述；既有竞争取胜的谋略，又有竞争胜出的方式方法，是广大企业领导人进行自我提升的工具书。

<<超越.从竞争中胜出>>

书籍目录

前言第一章 是竞争还是逃避第一节 逃避的后果丧失市场的领先地位失去打败对手的机会被市场直接淘汰第二节 竞争能带来成功竞争才有获胜的机会从竞争中胜出的经典案例第三节 竞争是企业必须面对的现实企业竞争力的来源竞争对于企业的意义如何培养企业的竞争能力第二章 知己知彼方能从竞争中胜出第一节 重视情报的获得竞争情报的重要性竞争情报部的建立与运作竞争情报的具体实施过程第二节 分析竞争对手分析竞争对手的要素分析竞争对手的主要内容分析竞争对手的具体步骤分析竞争对手的方法分析竞争对手应该注意的问题第三节 真正认清竞争对手直接的竞争对手并非是最具威胁的对手争夺同一目标客户群对手是容易忽视的对手要严密注意潜在的竞争对手第四节 做好自我分析企业自我分析方法企业能力分析第三章 竞争必须强化的三种能力第一节 决策能力决策是竞争的发动机决策的重要性决策的特点决策的类型决策的程序决策的原则建立合理的决策机制使决策基于群体信息如何提高决策的正确性决策过程应注意的问题优秀的决策人是竞争胜出的保证三个阶段培养领导人十四个步骤优选接班人第二节 执行能力执行力对于竞争的重要性执行从计划开始理解决策意图是执行的关键不能正确理解的四个原因正确理解决策意图的关键是信息沟通把握执行的细节, 强化竞争的力度如何强化执行力注重执行反馈, 调整竞争方略四类执行反馈执行反馈的具体步骤第三节 管理能力建立高效合理的管理系统系统规范化的管理是企业发展的根基与保障企业管理规范的六个方面如何建立高效合理的管理系统提高管理人员的能力处理和协调管理系统的冲突企业内部冲突的起源和现象对待冲突的观点企业内部冲突的特征解决企业内部冲突的原则和方法开发有效的冲突处理技能企业制度的创新企业管理制度的重要性企业管理制度创新的程序企业管理制度的创新必须重视知识管理第四章 做好竞争前的准备第一节 保持极强的求胜欲激发员工的斗志了解、激励员工最有效的时候激励员工应注意的问题保持企业的活力居安思危, 不断变革保持适当的压力, 把压力转化为动力建立优胜劣汰的用人机制培养自强不息的企业精神第二节 不断扩大竞争优势保持成本领先低成本的优势获得成本优势的途径实行成本领先的误区制造差异化加大研发力度企业在研发中的误区第三节 持续强化核心竞争力如何培养核心竞争力核心竞争力的构成要素如何培养企业的核心竞争力核心竞争力的特点强化核心竞争力的方式第五章 竞争的方式第一节 重拳出击: 打击对手的软肋如何寻找竞争对手的软肋如何打击竞争对手的软肋出其不意是打击对手软肋的关键避其锐气, 声东击西主动出击, “制人而不制于人”第二节 暗度陈仓: 令对手措手不及第三节 快速应变: 应变速度是竞争的关键壳牌石油公司的应变之道要善做变色的蜥蜴第四节 创新制胜: 创新是竞争胜出的法宝塑造创新文化战略竞争是最高层次的创新第五节 以退为进: 竞争也要讲究艺术侧面进攻侧攻策略的种类促成侧攻策略的状况侧面进攻的原则侧攻策略的风险迂回进攻游击进攻游击进攻的类型游击进攻策略的原则模仿进攻模仿进攻失败的原因第六章 避免竞争的盲点第一节 竞争要杜绝低效率低效率产生的原因如何提高企业的效率第二节 竞争策略切忌空泛抽象第三节 不要忽视自身的短板揭短也是一种管理找对企业的短板洞察未来的短板第四节 避免企业“自杀”自己, 最大的竞争对手如何避免企业“自杀”第七章 现实需要超强竞争第一节 超强竞争是一种必然的选择第二节 超强竞争的7S模型第三节 超强竞争是一种理性竞争第四节 从超强竞争中胜出参考文献

<<超越.从竞争中胜出>>

章节摘录

第一章 是竞争还是逃避参与竞争是企业生存的唯一选择。

因为市场是一个公平而铁面无私的裁判，它不会同情弱者，只会青睐强者，给强者颁发奖状，为强者和优胜者喝彩。

所以，企业只有不畏竞争，从竞争中胜出，才能真正达到基业常青。

如果缺乏竞争力，一味地逃避，最终只能成为一个可悲的淘汰者。

第一节 逃避的后果丧失市场的领先地位对企业来说，不管是市场领先者还是市场追随者，竞争都是最有效的生存与发展武器之一。

现在许多企业，都认为自己就是市场领先者。

然而，这些企业是把领先的想法建立在自己的概念之上，而不是建立在市场事实的基础之上。

他们不明白，领先者不是单凭企业自己就能制造的，而是由顾客制造的。

只有顾客认定的领先者才是真正的领先者。

而且，今天的领先者不代表一定是明天的领先者。

在当今竞争如此激烈的商业世界，谁都有可能成为明天的领先者。

有可能一个企业今天还一文不名，但明天却成为了市场的领先者，引领业界。

不幸的是，许多企业在市场中取得了领先地位后，自我陶醉，自以为没人能和自己匹敌。

他们不求利用自身优势进一步，将对手逼到绝境甚至令其直接出局，却一味麻醉在自己建立的领先者的概念上，而最终给了对手反击的机会，使自己丧失了领先的地位。

<<超越.从竞争中胜出>>

编辑推荐

《超越,从竞争中胜出》将介绍：企业的市场环境空前激烈，如何在竞争中求发展成为每个企业都必须思考的课题。

《超越,从竞争中胜出》结合中外企业竞争的实战案例，以竞争为桥梁，从竞争战略分析、竞争能力强化、竞争谋略、竞争盲点、超强竞争等方面进行了详细而系统地论述，并揭示了在动荡激烈的市场环境中取得竞争胜利的基本战略理论和进行企业战略谋划和管理的一般规律。

书中既有翔实生动的案例，又有说理充分的论述；既有竞争取胜的谋略，又有竞争胜出的方式方法，是广大企业领导人进行自我提升的工具书。

<<超越.从竞争中胜出>>

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>