

<<定价定天下>>

图书基本信息

书名：<<定价定天下>>

13位ISBN编号：9787508615912

10位ISBN编号：7508615913

出版时间：2009-9

出版时间：中信出版社

作者：李践

页数：171

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>

<<定价定天下>>

前言

很早以前，在我学武的时候，听到过这样一个故事：一名剑客去拜访一位武林泰斗，请教他如何练就非凡武艺的。

武林泰斗拿出一把只有一尺来长的剑，说：“多亏了它，才让我有了今天的成就。”

剑客大为不解，问：“别人的剑都是三尺三寸长，你的剑为什么只有一尺呢？”

兵器谱上说：一寸长，一寸强；一分短，一分险。

拿着这么短的剑，无疑是处于劣势，你怎么还说这把剑好呢？

武林泰斗说：“就因为我在兵器上我处于劣势，我才会时时刻刻想到，如果与别人对阵，我会是多么的危险，所以我只有勤练剑招，以剑招之长补兵器之短。

这样一来，我的剑招不断进步，劣势就转化为优势了。

这位剑客听后，按照武林泰斗说的方法去练剑，后来也成了一位武林高手。

如这名剑客一样，与那些跨国公司、大型国有企业相比，我们许许多多的中小企业在兵器上也处于明显的劣势，我们在规模、资源、渠道、抗风险能力、议价能力等诸多方面都不及大公司，他们的剑比我们长。

我们只有勤练剑招，掌握最有效、最实用的招数，并使用精熟，以剑招之长补兵器之短，才能有效克敌制胜。

2008年的金融风暴让许多中小企业在危机面前不堪一击，纷纷倒下。

这再次证明，我们的剑比别人短；也再次警醒我们，能生存下来的，必然是那些精练招数的企业！

那么，中小企业该如何精练剑招呢？

我们知道，利润是企业的天使， $\text{利润} = \text{单价} \times \text{销量} - \text{成本}$ 。

要提高利润，我们能做的，一是扩大销量，二是降低成本，第三就是确定一个最优的单价。

扩大销量，在如今全球性的金融危机下，内外需求不足，变得尤为困难。

降低成本的12路“刀法”，很多企业家已经掌握，并达到了利润倍增的效果。

在定价的修炼上，在此，我向诸位企业家推出我的新作《定价定天下》，它是《砍掉成本》的姊妹篇。

同样，没有繁文缛节，没有故弄玄虚，都是简单实用的绝招，并且用“图文管理工具书”的全新形式，帮助你更好地理解 and 记忆。

在这里，我要特别感谢武斌先生、卢霞女士、金毛先生，他们在本书稿的整理、图解、方便阅读等方面付出了许多心血，愿我们的努力能带给你不一样的感觉和实实在在的作用。

<<定价定天下>>

内容概要

《定价定天下》是著名培训专家李践所著的关于企业经营管理过程中的定价环节的著作。

《定价定天下》是专门针对企业总裁、CEO、中高层管理人员等研发的内容。

《定价定天下》针对企业面临的不知如何定价、草率定价让利润白白流失、为应付竞争对手降价和打折焦头烂额、身陷“薄利多销”的谎言不能自拔等困惑，剖析传统定价误区，改变定价思维，给出一套完整的定价思维方式，成功定价。

用战士的语言讲述战斗，用简洁的图文注释管理，微利时代，谁掌握定价策略，谁将获取最在利润！会定价的企业家才是真正企业家，失价失全局，定价定天下。

更系统的学习定价的方法和工具，可以组织财务、营销、策划等相关部门员工一起观看，统一思想，制定本企业的定价策略。

<<定价定天下>>

作者简介

李践，赢利模式商业系统创始人；中国教导型企业家导师；他1992年白手起家，创办“风驰传媒”，8年时间企业资产增长1500倍，股东投资回报率高达292倍；2000年，华人首富李嘉诚旗下TOM集团2.78亿元入股风驰传媒；2003年12月李践出任TOM户外传媒集团总裁；2007年1月李践出任风驰集团董事局主席，集团现有20多家企业，在李践领导下，涉足传媒、信息产业、房地产投资和教育产业。长期以来，李践老师致力于企业赢利工具的系统研究，出版了《砍掉成本》、《绩效飞轮》、《五项管理》等系列实战实效实用工具。

<<定价定天下>>

书籍目录

阅读指南第一部分：理论篇壹、会定价的企业家才是真正企业家贰、失价失全局 定价定天下1.价格是利润的指挥棒价格下降10%销量必须翻番你是一个降价老总吗2.定价即亮剑定价定战略定价定客户定价定产品定价定竞争3.定价形成看不见的气场叁、定价的六大失误1.成本定价：逻辑混乱别做一相情愿的事情反应迟钝的价格不要上采购商的当高利润企业都不采用成本定价2.薄利多销：皇帝的新衣薄利换来的是薄情薄利 = 薄命3.竞争导向定价：让你丧失主动性价格战是饮鸩止渴4.一物一价：利润的大敌5.草率定价：自掘坟墓6.价值塑造及沟通不足肆、定价失误的四大罪第二部分：实践篇伍、“8+1”定价策略1.价值定价——让价格反映真正价值价格是“上帝”定的了解消费者对价格的习惯价值计算：不记苦劳，只记功劳价值锁定：宝剑赠英雄，红粉送佳人金融危机来了，商学院涨价了价值塑造：横看成岭侧成峰企业家是价值专家定价是与消费者的一场博弈确定最后的价格数字2.差异化定价——把相同卖得不同给商品分三六九等见人下菜碟向街头小贩学定价时移价易3.目标客户定价——让顾客各就各位不同客户匹配不同资源在每个阵地上放一支队伍4.小数点定价——尾数带9的魔力棒5.高开低走定价——调价在不知不觉中6.特价品定价——吆喝的技巧醉翁之意不在酒7.折扣定价——绑住消费者8.规模化定价——以量取胜陆、把你的产品卖个更好的价1.价值创新回报丰厚2.用情感创造价值3.提升价格的五大道具4.修炼价格表达的艺术5.祭出你的价格大棒6.降低顾客的价格敏感性减少价格敏感度的几种效应柒、定价是集体智慧——成立定价委员会1.不要对定价控制权耿耿于怀2.定价是个持续的过程3.让所有人接受你的定价工具捌、完美的六步定价法玖、运用定价策略的企业案例

<<定价定天下>>

章节摘录

第一部分：理论篇 壹、会定价的企业家才是真正企业家 现在很多企业家都在用《砍掉成本》一书。

在《砍掉成本》一书中我们强调，成本是魔鬼，是利润的大敌，只有将魔鬼一一杀死，利润的天使才会出现。

我相信，许多企业家通过《砍掉成本》，学会了运用十二把砍刀，找到了利润天使，达到了利润倍增的效果！

然而，企业增加利润的方法，并不只有砍掉成本一种，还有一种和成本砍刀同样厉害的武器。

它看似简单却又暗藏玄机，看似微小却又决定全局，看似直观却又内容丰富，这就是定价。

当我们在成本上已经使尽浑身解数的时候，我们应该进行另一项修炼——定价。

利润=单价×销量-成本 要提高利润，我们能做的，一是扩大销量，二是降低成本，第三就是确定一个最优的单价。

只有这三种武器，别无选择！

三种武器都掌握的企业家，才是真正企业家。

扩大销量 会受到市场环境的巨大制约，在如今全球性的金融危机下，变得尤为困难。

降低成本 “刀法”的运用总是有限的，毕竟，成本是客观存在的，我们不可能将成本砍到零，全部杀死。

合理定价 是给企业家最大自主权的一种武器，只要市场接受，只要产品的价值得到认可，价格可以随着你的想象和胆量一起起飞！

在经济的低谷期，需要我们发挥创造性，使用定价工具，为企业找到新的利润源！

<<定价定天下>>

媒体关注与评论

学习了《定价定天下》后，回去我运用了很多。
我们改变产品名字和包装，重新塑造价值，重新定价，把我们产品提升了一个档次。
我们在05年的时候，全公司销售额只有1千多万，运用这些方法到07年，我们卖了4千多万，赢利额翻了3倍。

——上海蟹都会大闸蟹连锁机构董事长 黄晟昱 用了《定价定天下》，我们取得的成果相当大。
原来我们大都是按成本定价，现在我们把产品的卖点提炼出来，对产品进行质量提升，对价值进行重新塑造，然后重新定价。

总的结果是，差不多利润净提升了20%左右。

——心愿家纺（南通）有限公司总经理 杨华

<<定价定天下>>

编辑推荐

- 1.畅销书《砍掉成本》《高绩效人士的五项管理》作者李践最新力作。
- 2.17年本土实践，上万家企业运用，事实证明《定价定天下》定价策略非常适合民营企业。
- 3.李践先生又一本“图文管理工具书”，他把经验转化成方法，把规律转化成工具，用战士的语言讲述战斗，高深的道理通俗化，复杂的问题简单化，非常容易阅读。
- 4.经济危机下的大环境下，中国的众多中小企业，甚至是大企业，都在寻求新的出路和方向，相信李践老师的这套新的课程能给他们带来一些新的思考方向。

<<定价定天下>>

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>