

<<竞争战略与核心能力>>

图书基本信息

书名：<<竞争战略与核心能力>>

13位ISBN编号：9787544305389

10位ISBN编号：7544305384

出版时间：2002-09

出版时间：海南出版社

作者：胡泳

页数：393

字数：310000

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>

<<竞争战略与核心能力>>

内容概要

搞企业，如果总不能先谋几着棋，赢的可能性不大。

善弈者，谋势；不善弈者，谋子。

今天，品牌就是一切。

所有的产品和服务提供商——不管是财务公司，还是运动鞋生产商，抑或是饭店，都在盘算着如何超越他们所经营的行当，而成为一个被赞美所包围的著名的品牌。

核心技术不等于核心竞争能力。

英特尔生产芯片，是电脑的核心部件，但其核心能力不如戴尔强。

波音有核心能力，但最核心的部件是飞机引擎，来自通用电气公司。

核心竞争能力并不在于你必须有一个零总值年，更多意味着你有没有抓住市场用户的资源，能不能获得用户对你的企业的忠诚度。

如果能，那就是市场竞争力，核心竞争力。

好的公司满足需要，而优秀的公司创造市场。

为别人服务是美好的，但只有全身心的投入才会如此。

<<竞争战略与核心能力>>

作者简介

胡泳，祖籍湖南，生于北大荒，在上海、北京、瑞士受教育。

他是洞察数字社会的重要性并将其引入中国人生活的最早的行动者之一。

胡泳的多部译作及著作，如《数字化生存》、《2.0版：数字化时代的生活设计》、《网络为王》、《时代英雄》、《黑客：电脑时代的牛仔》等，对

<<竞争战略与核心能力>>

书籍目录

前言 实践是最好的教科书第一部分 先谋势、后谋利——海尔的竞争战略 第一章 中国企业的战略缺失 第二章 海尔的三次战略转移 第三章 “海尔”的来历 第四章 品牌是帆 第五章 打价值战而不是价格战 第六章 先有市场，后建工厂 第七章 决胜在终端 第八章 东方亮了再亮西方 第九章 在求“强”中得“大” 第十章 产融帝国 第十一章 善战者，求之于势第二部分 不争而善胜——海尔的核心能力 第十二章 核心竞争力 第十三章 伟大的公司创造市场 第十四章 打飞靶 第十五章 向顾客开放 第十六章 借梯登高 第十七章 创新无止境 第十八章 服务商机的到来 第十九章 服务的海尔 第二十章 真诚到永远 第二十一章 卖信誉而不是卖产品 第二十二章 零距离模式 第二十三章 个性化时代 第二十四章 天之道，不争而善胜

<<竞争战略与核心能力>>

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>