

<<铁轨智慧>>

图书基本信息

书名：<<铁轨智慧>>

13位ISBN编号：9787801800213

10位ISBN编号：7801800214

出版时间：2002-9

出版时间：经济日报出版社

作者：张双友，魏劲松 著

页数：278

字数：200000

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>

<<铁轨智慧>>

内容概要

现代市场经济已从商品运营提升到资本运营、品牌运营的高度。

就正处于市场化改革进程中的中国铁路而言，品牌运营代表了一种新的经营理念。

如何打造市场经济条件下的铁路品牌？

铁路系统不仅要树立优质服务的竞争意识，还要建立一套现代化的管理机制。

本书在深入研究西方国家铁路改革实施的基础上，全面比较了以“网运分离”为核心特征的新型铁路运输管理经营体制，同时就铁路客运和货运品牌营销进行了一定程度的探讨，是一本阐释铁路品牌运营的专著。

<<铁轨智慧>>

作者简介

张双友，湖北黄冈人，生于1955年，中央党校本科学历，现任郑州铁路客运公司襄樊分公司经理。曾下过乡，参过军，从1980起进入铁路系统，先后从事调车、秘书、政法、客运等工作，对铁路运输有一定研究。

书籍目录

序 艾丰题记 张双友 魏劲松第一章 品牌运营——铁路经营新理念 第一节 掀起面纱——铁路品牌内涵分析 一 船与帆——铁路产品与铁路品牌 “不仅仅是位移”——铁路产品内涵的重新界定 品牌——铁路产品通向市场的名片 二 从市场找答案——探悉铁路品牌内涵 网络资源——铁路品牌的垄断优势 运输安全——铁路品牌的核心价值 快捷准点——铁路品牌的声誉载体 三 压力源自市场——实施铁路品牌运营的必要性 品牌运营是铁路企业参与市场竞争的需要 品牌运营是铁路企业提高经济效益的需要 品牌运营是铁路企业适应加入WTO的需要 第二节 面向市场，赢得市场——铁路品牌运营之道 一 寻求理论支持 什么是品牌运营 如何进行品牌运营 二 铁路体制改革——塑造市场化品牌的基础 “网运分离”——铁路体制宏观改革大思路 资产经营体制——铁路企业微观改革探索 三 铁路品牌创建——品牌运营的核心 车站形象——铁路品牌的固定载体 列车形象——铁路品牌的移动载体 客运品牌——提高旅客的忠诚度 货运品牌——增强货主的依赖感 四 铁路品牌管理——品牌运营的关键 铁路品牌保护——给品牌穿上盔甲 铁路品牌宣传——提高品牌知名度 铁路产品标准化——增强品牌的美誉度 铁路企业文化——全面提升品牌内涵 五 铁路品牌延伸——品牌运营的深化第二章 铁路改革——塑造市场化品牌的基础 第一节 路漫漫其修远——铁路体制改革攻坚 一 品味艰辛——铁路体制改革攻坚 改革起步——承包经营责任制 改革取向——市场化现代企业制度 改革战略——“网运分离” 二 他山之石——发达国家铁路改革启示 瑞典——“上下分离”的典型 德国——组建有效的铁路股份公司 日本——周密计划与隐妥实施第三章 服务与质量——铁路客运品牌营销（上）第四章 速度与价格——铁路客运品牌营销（下）第五章 成败在市场——铁路货运品牌营销（上）第六章 现代物流的诱惑——铁路货运品牌营销（下）第七章 赢得公众信赖——品牌运营与铁路公关第八章 活力源自创新——铁路品牌创新与深化主要参考资料后记

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>