

<<牛根生谈创业>>

图书基本信息

书名：<<牛根生谈创业>>

13位ISBN编号：9787807474050

10位ISBN编号：780747405X

出版时间：2009-1

出版时间：深圳出版发行集团，海天出版社

作者：任子龙

页数：254

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>

<<牛根生谈创业>>

前言

他，演绎了一个中国企业快速发展的传奇，CCTV“中国经济年度人物”给予他这样的颁奖词：“他是一头牛，却跑出了火箭的速度！”

他，是一个历经坎坷、个性鲜明、头顶无数光环的明星企业家，“中国十大创业风云人物”、“中国民营工业行业领袖”、“中国十大创业领袖”、“中国改革年度人物”……他，是一个经营人心的高手，他坚信“财散人聚，财聚人散”。

他，捐出全部个人股份设立“老牛专项基金”，成为“中国捐股第一人”、“全球华人捐股第一人”。

他，一辈子都没离开过“牛”，姓牛，养牛，做牛奶，卖牛奶，一辈子实际上只是做了一件事。

<<牛根生谈创业>>

内容概要

《牛根生谈创业》精心整理了牛根生众多精彩的创业语录与管理言论，让读者很容易就能直入牛根生的内心，感受其创业人生的经验与教训总结；倾听牛根生的创业教诲，感受其营销与管理的真谛。因此，在某种意义上可以说，在当前的有关描写牛根生的书中，这是一本最值得读者一读的书，也是距离牛根生最近的一《牛根生谈创业》。

创业，总要先取经于成功创业者。

蒙牛乳业集团董事长、CCTV《赢在中国》评委、创业导师牛根生，就是其中最好的被取经者之一。

《牛根生谈创业》作者在查阅和参考了与牛根生及蒙牛有关的大量的文献和作品的基础上编写成《牛根生谈创业》，并从中得到了不少启悟，也借鉴了许多非常有价值的观点及案例。

想要成功创业，就从《牛根生谈创业》开始取经。

<<牛根生谈创业>>

作者简介

任子龙，资深管理专家，经济学博士。
长期致力研究中国本土优秀企业和企业家，十多年来一直关注高成长企业的发展、创新和创业、企业家等话题，近两年致力于企业家思想和企业成长案例的梳理和写作。

<<牛根生谈创业>>

书籍目录

第一章 创业没有终点——牛根生论创业信念创业难，你不难别人都要难你将平凡的事情做得不平凡“异心圆”变“同心圆”聚焦：一心一意做好一件事“我们一直在创业”第二章 只要不放弃，就会有出路——牛根生论创业素质与精神忍让：打不还手，骂不还口叭激情：被事业燃烧不知疲倦不放弃：创业没有退路胆量：创业是勇敢者的游戏冒险：只要不死就行第三章 内蒙牛·中国牛·世界牛——牛根生论创业思维与战略三步走战略抓住“三大机遇”难易律：先难而后易生态圈：在发展别人中发展自己第四章 钱袋向脑袋靠拢——牛根生论经营理念让财力给智力“打工”目标决定行动飞船定律：快者制胜一次就做成功小区包围超市第五章 “使用是最人的培养”——牛根生论创业用人策略举贤一定要避亲不同阶段用不同人才三合论：岗位要与人匹配“使用是最大的培养”变形虫理论：用人之长处延伸阅读一“储备干部”——“处备干部” 延伸阅读二带工具的人第六章 向下“经营人心”——牛根生论创业激励让每个人“给自己干”高薪资：提高原始核动力培训是最大的福利尊重员工：发挥员工潜能向下“经营人心” 延伸阅读 蒙牛给员工家属的慰问信第七章 管辖与治理——牛根生论管理创新制度之上的管辖与治理全盲定律：避免决策风险制度创新：打造百年蒙牛三权分立的创新模式民企党组织：“管三头” 延伸阅读一 没有质量，一切都是负数 延伸阅读二 数目字管理第八章 营心：赢得消费者心智——牛根生论营销策略营销以产品为中心玩转娱乐营销“非奥运营销”事件营销：跟社会形成共振消费者教育：提倡全民喝奶参观也是生产力营心：赢得消费者心智第九章 强势媒体造就强势品牌——牛根生论品牌创建一个会说话的名字甘居“第二品牌”地区品牌带动企业品牌强势媒体造就品牌售后是品牌最后一公里危机公关：扭转品牌危局 延伸阅读 牛根生谈“硬闻”第十章 国际竞争眼光——牛根生论竞争与国际化狮子与羚羊：竞争队友空隙在哪里，机会在哪里竞争，从设计时开始国际竞争眼光傍大牌：巧借外力 延伸阅读 中国企业成长的“十大力量”第十一章 “控股原则”不能讨论——牛根生论创业融资与上市“结婚目的是离婚带走财产”金融投资与产业投资“五引”：带来的不只是资金“控股”原则不能讨论用全球股民钱办中国公民事第十二章 最重要的资源是人心——牛根生论企业文化企业文化是第二生产力“与自己较劲”最重要的资源是人心小胜凭智，大胜靠德团队学习：学相同思相近拿来主义：综合就是创造 延伸阅读一 蒙牛的企业宗旨 延伸阅读二 蒙牛企业文化的具体表现第十三章 财散人聚，财聚人散——牛根生论创业人生“不适合做副总裁”离开伊利的日子创业，选择老本行募股：解决资金问题财聚人散，财散人聚第十四章 给企业安装一颗感恩的心——牛根生论财富与社会责任%的悲剧全跟钱有关给企业安装一颗感恩的心给孩子留下精神遗产“负责任的企业家” 延伸阅读 大品牌就得负大责任附录一 牛根生精彩语录附录二 牛根生个人档案后 记参考文献

<<牛根生谈创业>>

章节摘录

对于创业者来说，有时候“屡败屡战，百战不挠”，不放弃也是有其优势的。众所周知，孙中山推翻清朝时，起初起义一次失败一次，看上去是无止境的血腥，无止境的逃亡，但他毫不灰心，在惊人的“试误——创新——再试误——再创新”的反复演进中最终取得了胜利。要是一般的人，失败上七八次，逃亡上十数年，早把信念扔到爪哇国了，那怎么能成功？企业界的许多成大器者，也是这样一路走过来的，他们像爱迪生发明白炽灯那样，试了一个项目，又试一个项目，终有一天，“电灯”亮起来了……蒙牛仅在诞生第一年，就遭受了6次由同行发动的致命打击。

即便到了2003年，依然受到过有计划的新闻诽谤。

2004年，蒙牛又遇到了投毒事件。

在蒙牛被投毒那样最艰难的时候，牛根生并没有想过要放弃。

牛根生说道：我们招谁了惹谁了？

怎么回事啊？

外面所有的电视广播、报纸宣传，（因为投毒事件）领导人派上所有的管理者到街上抢，（街上）谁拿到蒙牛的产品抢谁的产品；这种情况下绝望了，往后退，整个企业受到了非常大的危机。

非常大的危险，这种情况下，想没想过？

一个念头不能放弃，只要不放弃，可能就会有办法，只要不放弃，可能就会有路，已经没路了、没办法了，我就不信……路还是人走出来的，只要我们人走到的地方就有路，所以（当时我们）一直坚持着找到出路，走到了市里、走到了省里、走到了北京、找到了总理（最后问题解决了）。

所以只要不放弃，我自己的亲身体会，只要不放弃肯定有办法！

蒙牛的文化手册中有这样一则故事：有一个荷花池，第一天的时候池中只有1片荷叶，但是荷叶的数量每天成倍数增长，第二天2片，第三天4片……假设在第30天时整个池塘全部被荷叶盖满，请问：在哪一天时，荷叶只有一半？

答案是：第29天。

……

<<牛根生谈创业>>

编辑推荐

《牛根生谈创业》定位为创业者、管理者的行动指南；企业培训、员工职场学习读物；年轻人、白领人士的励志读本；领导者、成功者的决策参考。

创业难，你不难别人都要难你！

做企业，永远需要动，永远需要激情，永远需要创造，创造，再创造！

一句话：永远需要处在“创业态”。

人的一生做一件事很难，但如果要试着做两件事的话，难度更大。

如果是三件事的话就难上加难。

走一百里路的人，把走了九十里当作一半。

体力围着财力转，财力围着智力转。

一个企业的发展是具有阶段性、冒险性的，越是小企业、小品牌越有资格冒险。

只准上级请下级吃饭，不准下级请上级吃饭，只准上级给下级送礼，不准下级给上级送礼；只准上级给下级拜年，不准下级给上级拜年。

也就是说，“经营人心”的方向是向下的。

员工给自己干活最快乐。

给别人干，稍有不顺，往往牢骚满腹，给自己干，即使赔了，也是有悔无怨。

一个注重竞争力的企业，一定要把员工收入的增长列为第一优先的财务指标。

人心齐，泰山移；人心散，事业瘫。

建构在制度与规章之上的管辖与治理就是管理。

能弄制度弄制度，没有制度弄规定，没有规定弄说法。

我是举贤一定要避亲，如果我们把自己的孩子、自己的亲人放在企业里做，贤不贤，没法考核，但是不是亲，大家全清楚。

使用就是最大的培养！

你如果拿五分的力量跟别人较劲，别人会拿出十二分的力量跟你较劲。

听不到奉承的人是一种幸运，听不到批评的人却是一种危险。

营销归根到底是要“营心”，从“牌在眼中”到“牌在手中”，再到“牌在心中”，体现了品牌由低到高的成长路径。

品牌线上常犯的错误是重视广告，忽视新闻，或者重视软闻，忽视硬闻。

做产品，最需要讲究的就是“优生优育”。

生下羊，哪怕一窝也不值钱；生下虎，哪怕一只也大有本事！

滥生滥育，生得越多浪费越大！

顾客投诉是企业之福，这说明他还不想抛弃你。

率先挺进无竞争领域是弱势企业迅速制造相对强势的不二法门。

一切竞争从速度开始。

比同行快了一点，就可以把企业带入天堂，慢那么一点，就会把企业拖入地狱。

<<牛根生谈创业>>

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>