

<<顾客优势>>

图书基本信息

书名：<<顾客优势>>

13位ISBN编号：9787810784962

10位ISBN编号：781078496X

出版时间：2005-7

出版时间：人民出版

作者：陈东

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>

<<顾客优势>>

内容概要

这是一本以中国人思维与认知的习惯方式的手段，以中国传统哲学思想及文化心理特征为基础，融合西方哲学、心理学、经济学、社会学、营销学及战略管理等学科知识体系，经数十个行业市场横向对比分析，以及与20多家成功企业纵向跟踪研究，并历经近30个营销与战略咨询和实践个案的论证，从而提炼出的符合中国人思维方式与习惯的，中国第一套本土商业核心思想体系及实战决策工具的著作。

在一定意义上讲，本书通过大量的中国本土成功经营案例以及中西思维模式的辩证分析，在对迈克尔·波特、菲利普·科特勒、杰克·特劳特等西方大师们核心理论的“评论”中，鲜明地“指出”西方商业(营销)理论在中国人思维习惯下的逻辑缺陷，进一步“击碎”西方商业理论神话和拓宽经营思维的边界，回归商业常识与朴素的成功逻辑起点，追求一种以“盈利结果导向”下的“无边界顾客优势”思想，肯定了中国本土企业商业思维习惯的合理性与科学性，无疑为中国企业的经营思维提供了决策依据。

<<顾客优势>>

书籍目录

上篇：中国商业思维变革的背后 西方商业理论“错了”吗？

对西方人而言，它没有问题！

但对中国人而言，或许它真的“悬了”！

我们坚决反对西方商业教务主义者的“说教！”

”我们需要发动一场“土工商业思维”的变革！

这一切，从中国年代史、中国市场、中国企业、中国人开始..... 1 近代思想变革的商业启示 模仿战略，在疼痛中反思 两场蒙辱的民族战争与第一次思想变革 红军长征与第二次思想变革 改革开放与第三次思想变革 商业开发入第四次思想变革 反思，是为了行动！

2 中国市场的绝对权力 从跨国公司大获其利说起 从本土企业快速成长来看 13亿人口与中国企业市场机会 中国市场，拥有重构新规则的绝对权力 3 中国企业的力量 商业教科主义与中国商业实践 毛泽东思想与其商界的推崇者 商业时代下的儒商身影 中国企业，拥有挑战商业旧规划的力量！

4 与众不同的中国人 从汉字看中国人的形象思维 5 商业思维变革，一个民族的抉择中篇：中国商业思维变革之理论 6 商业，赚钱之买卖 7 赚钱，就是“卖” 8 顾客，因何而“买” 9 顾客优势，买卖之道 10 谁是你的顾客 11 中国人“营销”和西方大师“批判” 12 顾客优势，从何而来 13 顾客优势，策略的“辩证” 下篇：变革的对手与伙伴 14 谁是你的对手 15 谁是你的伙伴参考文献

<<顾客优势>>

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>