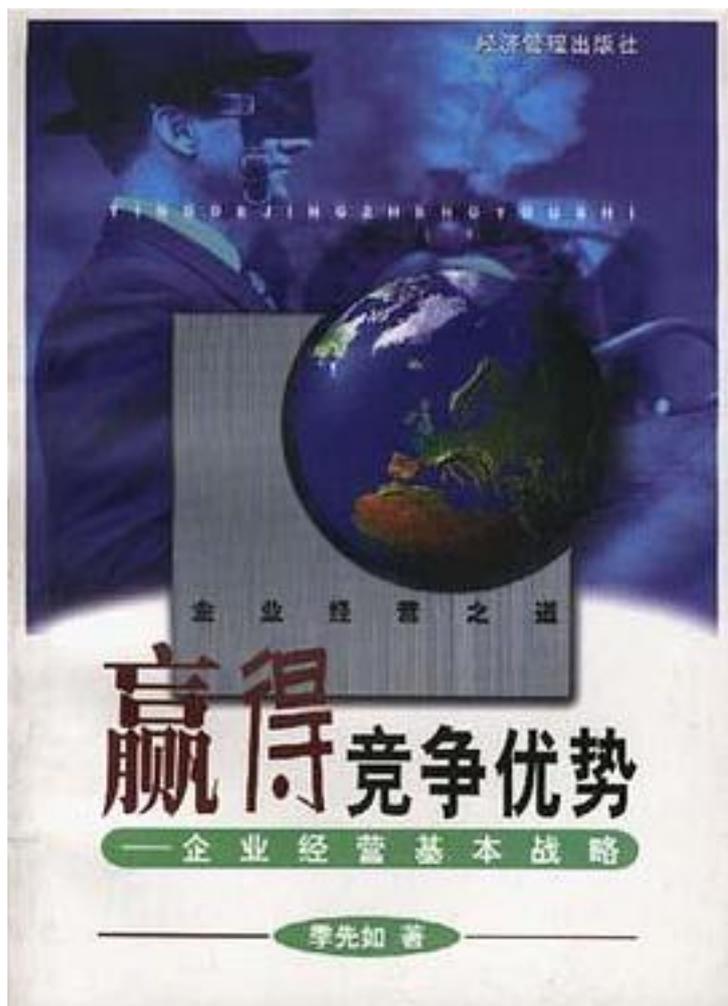


# 赢得竞争优势



[赢得竞争优势 下载链接1](#)

著者:季先如

出版者:经济管理出版社

出版时间:2000-02

装帧:平装

isbn:9787801189318

作者介绍:

目录: 目录

前言

第一章 争取竞争优势

一、行业内通用的竞争战略

成本领先战略 差异性战略 集中性战略

二、影响竞争优势的因素

战略资源 战略选择 战略风险

三、争取竞争优势的方式

重新调整资源的分配 利用竞争条件的差异

削弱竞争对手的优势 防止竞争对手的模仿

案例1: 北新集团推出成本领先工程

案例2: 联想集团以服务赢得市场

案例3: 李蓝电气公司以小胜大

案例4: 沃尔一马特具有难以模仿的竞争力

第二章 市场营销战略

一、市场营销环境对企业营销的影响

市场营销环境的内涵 市场营销环境的变化

适时调整营销战略

二、企业如何适应和驾驭市场

细分市场的吸引力 选择目标市场策略 竞

争性定位策略

三、市场营销组合的恰当运用

市场营销组合的构成 市场营销组合的作用

市场营销组合的原则

四、CS营销战略的推出和应用

CS营销战略的内涵 CS营销战略产生的背景

CS营销战略的作用

案例1: 雷克集团选准市场的切入点

案例2: 科龙空调高起点定位

案例3: “娃哈哈”的市场营销组合策略

案例4: 东芝电脑为何兵败美国市场

第三章 资源开发战略

一、知识经济时代的战略资源

知识经济的内涵 知识经济的影响 机遇与

挑战 争取知识优势

二、资源开发的途径

信息资源 知识资源 智力资源 管

理资源

三、资源的优化配置

资源分配的方法 资源配置的过程 资源配

置中的风险

四、资源的管理和利用

智力资本的管理形式 智力资本的经营艺术

智力资本的投资方式

案例1: 气象信息蕴藏商机

案例2: 美登高公司打假缺乏“保护神”

案例3: 安玻公司建立科学管理系统

案例4: 北京开关厂追求“人员素质一流”

第四章 科技发展与新产品开发战略

一、科技发展对企业的影响

高新技术的兴起 科技成果商品化 技术

## 创新的能力 专利战略的实施

### 二、产品开发生的新趋势

传统产品高技术化 全新产品智能化 单一产品多功能化 主导产品系列化

### 三、新产品开发的途径

新产品的概念 新产品开发的原则 新产品开发的必要条件

### 四、新产品开发战略

领先一步战略 迟人半步战略 超越自我战略 市场扩散战略

### 案例1：时代公司的产品开发模式

案例2：引进智力 开发节能新电机

案例3：甲壳虫车卷土重来

案例4：美国人开办“失败产品陈列馆”

## 第五章 名牌战略

### 一、品牌在市场营销中的作用

品牌的内涵 品牌评价标准 品牌策略的运用 品牌的误区

### 二、品牌价值的形成

商品经济的产物 产品质量和服务 企业的知名度和美誉度 品牌形象塑造

### 三、名牌发展战略

创名牌的途径 发动品牌攻击 迎接品牌挑战 坚守品牌阵地

案例1：海尔不断设计未来

案例2：丢牌 借牌 创牌——荣事达品牌成长三部曲

案例3：百威啤酒征服日本新一代

案例4：肯德基快餐店的“神秘顾客”

## 第六章 人才战略

### 一、人才在现代企业中的作用

企业间的竞争是人才的竞争 企业的活力来源于人才 实施人才开发工程

### 二、企业对人才的使用

人尽其材 人事相宜 举贤任能 授权留责 引发激情，开发潜能

### 三、企业对人才的选拔和培养

选拔人才的基本要求 人才结构的合理配置 营造人才生长的环境

案例1：一汽集团公司跨世纪人才开发工程启动

案例2：国防科工委抢占人才制高点

案例3：宏基石引进“空降部队”

案例4：美国高科技企业抢购人才“青苗”

## 第七章 组织战略

### 一、企业组织的职能

职责和权力的分配 组织内相互关系的协调 建立有效的制衡机制

### 二、组织结构的演变趋势

管理权力从集中到分散 管理组织从直线制到分散制 设计组织结构的要求

### 三、组织结构建立的原则

组织指挥的协调性 组织功能的适应性 组织结构的合理性 组织设置的系统性

案例1：联想革新体制 进行机构调整

案例2：宏主从架构管理模式

案例3: 杜邦三驾马车式的集团体制  
案例4: 壳牌公司的企业家群体式管理  
第八章 企业文化战略  
一、企业文化的作用和影响  
企业文化的特征 生存与发展之道 日美  
企业文化之比较 我国企业文化新课题  
二、企业文化要素的分析  
经营理念的确立 精神需求的满足 企业  
形象的体现 科学的管理方式  
三、现代企业文化的塑造和变革  
追求崇高目标 改变领导风格 建造“融  
合网” 挑战传统观念  
案例1: 海尔文化激活“休克鱼”  
案例2: 荣事达的“自律宣言”  
案例3: 新机集团的人文管理  
案例4: 摩托罗拉肯定个人尊严  
主要参考文献  
· · · · · (收起)

[赢得竞争优势\\_下载链接1](#)

## 标签

竞争

0

## 评论

-----  
[赢得竞争优势\\_下载链接1](#)

## 书评

-----  
[赢得竞争优势\\_下载链接1](#)