

小器之王



[小器之王_下载链接1](#)

著者:武力,张更义

出版者:经济日报出版社

出版时间:2004-1

装帧:

isbn:9787801803467

梁伯强：

中国中小企业七大修炼：

第一 企业不分大小，但一定要有远大志向。

第二
坚持以技术创为核心，找准目标竞争对手，细心分析逐项对比，把实质性的差距逐个攻破。

第三 以适应市场需求为导向，细分目标市场。

第四 建立双赢的厂商伦理关系，学会把丰厚的利益留给经销商，把委屈留给自己。

第五 通过提高竞争门槛，不断为企业建立防火墙。

第六 建立全球视野，实施两条腿走路方针。

第七
老板要身体力行，不断学习，用个人魅力感动员工，让员工产生认同感与积极性。以企业的魅力感动客户，感动社会。

营销九论

一 蚂蚁论——宁做蚂蚁腿，不学麻雀嘴。

二 小王论——产品无国界，小王也是王。

三 游戏论——营销无定式，锤子，剪刀，布，各有各的玩法。

四 替身论——先当群众演员找感觉，次当配角演员做贴牌，再当明星演员创品牌。

五 色情论——色是侵略者，情是征服者。

六 江湖论——市场是江湖，先打三遍锣，产品会说话，也要勤吆喝。

七
变性论——把产品变成礼品，把礼品变成饰品，注入新元，创造新需求，提高附加值，强化传播力。

八 朋友论——先做朋友，后做买卖，买卖不在情义，朋友就是硬道理。

九
传播论——哑巴不如嘴巴，嘴巴不如喇叭，计划不如变化，变化不如对话，营销就是喇叭，营销就是对话。

作者介绍:

目录:

[小器之王_下载链接1](#)

标签

隐形冠军

中国式管理

商业

小器之王

隐形

案例

小器

剪指刀

评论

2006—04—25 梁伯强来我校讲座，提问索得，亲笔签名

管理 创业 奋斗史

[小器之王_下载链接1_](#)

书评

[小器之王_下载链接1_](#)