

# 什么是战略



[什么是战略\\_下载链接1](#)

著者:杰克·特劳特

出版者:中国财政经济出版社

出版时间:2004-10

装帧:简装本

isbn:9787500576136

《什么是战略:摩根士丹利所推崇的商业战略管理》内容简介：《哈佛商业评论》在1996年的11月号上，发表了哈佛大学迈克尔·波特教授的一篇文章，叫做《什么是战略》。后来，这篇文章被商业界誉为是与杜拉克《经营之道》齐名的“管理史上的奠基之作”。

作者介绍:

"杰克·特劳特

全球最顶尖的营销战略家，“定位”之父。

1969年提出商业中的“定位”观念，并在实战中不断开创与完善了定位理论。目前是特劳特全球伙伴公司（[www.troutandpartners.com](http://www.troutandpartners.com)）总裁，该公司是美国最负盛名的国际营销咨询公司之一，在全球26个国家设有分公司。他的作品有《定位》、《重新定位》、《商战》、《什么是战略》等畅销书。

译者介绍

火华强

特劳特全球伙伴公司中国区（[www.trout.com.cn](http://www.trout.com.cn)）合伙人。

师从杰克·特劳特先生十年，长期致力于定位理论在中国的实践和推广，协助王老吉、东阿阿胶、香飘飘、方太厨电、立白集团等众多品牌和企业制定营销战略和品牌定位，是理论和实践兼长的定位咨询专家。

"

目录:

[什么是战略\\_下载链接1](#)

标签

战略

营销

管理

特劳特

商业

定位

战略管理

什么是战略：摩根斯坦利所推崇的商业战略思想

评论

就是《定位》一书的重述，一本书重复多次组成一个系列，机械工业出版社骗钱啊。

-----  
: F270/2542-1

-----  
重复的东西太多

-----  
除了垃圾，我没有其他要说的了

-----  
解释了战略与战术的关系，战略是为战术提供资源，人力等，为其服务，一旦战术优势成功，就变为战略优势

-----  
虽然特劳特这本书还是对定位的再重复，不过还是读了。

-----  
一般

-----  
作者试图将问题简单,到头还是罗嗦的没说明白.

-----  
如果你真的聪明，为什么你不富有

-----  
这本书是对定位理论的总结和集大成，当然概括性也较强。初识定位的同学可从特劳特的《定位》《新定位》《营销战》等书读起。另外，推荐一下谈云海、韦鉴峰的一篇文章《五叩定位》

-----  
聚焦、差异化

-----  
香草天空-

-----  
即使作为特劳特的脑残粉，我也不得不感叹，每本书的重合度太高了，例子都是一模一样的。书的前半本就是定位+营销战，不过后半本还是给我一些惊喜的。对于战略和战术的论述，对于目标和增长陷阱的论述，以及对于too big to fail的看法，还是有所收获的。

-----  
一般，为了写战略相关文章特意参考阅读的，结果发现没啥有用内容。这本书的写作，是因为波特那篇《什么是战略》

-----  
作者思路清晰，快速看完，复习商业和营销知识~

-----  
一般

-----  
这本书讲到的，与我这一个月以来的工作所见所闻是如出一辙。  
本书的内容几乎可用三言两语便讲述清楚：首先将顾客心智视为战场；其次定位需要做到简单、易记（形成聚焦）和与众不同（差异化）；然后当定位明确后，它提供的是一个指导方向性的作用，一切的工作（既运营）便朝着这个方向来做。

-----  
三个字，值得读。

-----  
非主流的战略观点

-----  
以定位作为理论依据的商业发展战略

-----  
[什么是战略\\_下载链接1](#)

## 书评

除了《什么是战略》这本书的书名会跟杰克·特劳特扯上边之外，我真的不知道他跟战略有什么关系；假如还有人认为他是战略方面的专家的话，如不是感叹华尔街媒体的“穿透力”，那也只能对人类的可怜发出唏嘘了……  
用了1.5个小时的时间读完杰克·特劳特的《什么是战略...

-----  
-----  
比较简单，算是定位的延伸阅读版吧。硬要跟战略扯上关系，算是品牌战略的范畴。如果你买过或看过特劳特的书，这本不值得再买。出版社不厚道，将一篇文章拉长一点点就出成一本书，还定价为29.8.

-----  
作者的其他些书还算不错的，但这本书算是垃圾来的！不管了，转抄书后的战略要点如下，我很想不清楚，出版商是啥意思，竟然在书后加了很长一段英文出来，目的是什么呢？我想是为了增加书的厚度，这样出版商卖出30元，才心安理得，真TMD的不靠谱！  
1.战略是一个简单、焦点明确的...

-----  
Many books/articles have been written about strategy. While I think the books/articles that worth reading again and again is Porter's What is Strategy, which was published on Harvard Business Review in Nov-Dec,1996. Today, I spent some hours read Jack Tr...

-----  
特劳特的书总是很短小精悍，这本书也不例外。算是特劳特对过去多本书的一个精炼总结。不过可惜就是如果没有看过其他的书会觉得讲的并不透彻和具体。说服力不足。最后抱怨几句的是财经出版社借助特劳特的几本书可算是赚够了。一本不到200页的书能卖到将近30元。甚至炒冷饭加了...

-----  
杰克·特劳特 在众多竞争者中实现差异化来定位自己的品牌  
弗雷德里克·泰勒，提高生产率 彼得·德鲁克开创管理学  
白领社会却不同，知识工作者已成为社会的主体，体力工作者相反只占人口的很少一部分。这一趋势正在全世界展开。 如果没有管理学，社会不可能容纳这么大的知识群体...

-----  
依然是定位的理论，车轱辘话重复说几遍，毫无质量。书中的观点读读前言就够了，后面通篇废话。博客文章的写作水平，缺乏逻辑论证，部分案例肤浅不能自证，且荒唐过时的观点很多。这不是一本书，更像是这家咨询公司给自己做的广告。  
看似厚厚的一本，排版极其稀疏，三个小时就可...

-----  
★★★☆☆《什么是战略》——杰克特劳特（美）  
干货不多，总结起来就几句话，只需花半个小时随手翻翻即可，其思维可以根据各自行业工作经验延散发散。 战略，很简单，就是如何让企业和产品与众不同。  
现如今，选择的爆炸性增长，促成了一个帮助人们做出选择的全新行业的诞生。...

-----  
战略是什么？言而简之，战略就是是否将各科的心智视为战场。这就是特劳特先生对于战略的概括。简单、朴实来形容这本书最恰当不过了。特劳特先生通过大量的企业案例来证明战略的选择对于公司成功的关键意义。书中讲述了战略的定位方法，战略与战术的却别，领导者所需要的成功因...

-----  
《什么是战略》是杰克·特劳特关于定位理论中战略部分的深入剖析，定位理论不仅仅可以应用在产品的表达上面，在企业战略制定和执行中也可以很好的借用定位理论，把公司打造成为独一无二的优秀企业。 1、战略重要性  
选择的爆炸性增长是定位理论的基础，企业的战略便是消费者买...

-----  
1.从另一层面解读什么是定位，什么是战略；  
2.文字其实不多，案例与其它书中的案例也多有重复，但其思想仍然熠熠生辉；  
3.内容很简单，没有太多繁杂的东西，但就这样很简单的把要传递的内容给写出来了，这是不简单的地方，不信看看那些某些商业书； 4.先写些，回头上笔记。

-----  
我是先读了波特的《竞争战略》，再来读这本的。总体而言，我觉得这本书就是把《定位》《商战》的内容拿来综合一下，对企业战略、企业竞争的内容讲得不是很透彻。或者这是一本单纯将营销战略的书籍，但是对企业的总体战略而言，并不全面。企业战略必然涉及营销、财务、...

-----  
寻找企业生存发展的生命力  
美国一家咨询公司3月14日发表报告称，按产量计算，中国2010年产出占全球的19.8%，美国占19.4%，中国已经超过美国成为全球第一大制造国，中国上次摘得这一桂冠还是1850年（清朝道光三十年）。牛津大学学者罗伯特·艾伦表示，中国夺回制造业桂冠...

-----  
寻找企业生存发展的生命力  
美国一家咨询公司3月14日发表报告称，按产量计算，中国2010年产出占全球的19.8%，美国占19.4%，中国已经超过美国成为全球第一大制造国，中国上次摘得这一桂冠还是1850年（清朝道光三十年）。牛津大学学者罗伯特·艾伦表示，中国夺回制造业桂冠...

-----  
如果对如何“定位”这个词感兴趣的话，或许可以读读这本书。这本书更多的是从消费者的思维和心理着手进行的一些分析和判断性的言论，还是值得一读的。看完了这本书，还可以看看它的另一本著作《新定位》虽然讲的东西都差不多，但是有些观念和见解还是很值得学习的。

-----  
[什么是战略 下载链接1](#)