

有利于竞争的管制



[有利于竞争的管制 下载链接1](#)

著者:欧高敦 编

出版者:经济科学

出版时间:2005-12

装帧:

isbn:9787505852747

邓白氏公司是一家全球商业信息、工具和专业建议的供应商，但1999年未能实现预期收入和利润，在这种情况下，Allan Z.

Loren于2000年5月以董事会主席和首席执行官身份加入了公司。在Loren的领导下，邓白氏公司在五年后振兴了品牌，提高了领导力并制定一系列有效的客户解决方案。公司在过去的四年内每年实现两位数的利润增长，而且公司市值在你年内增长了3倍以上。

Allan

Z.Loren如何使邓白氏公司扭亏为盈工迅速发展，详情请参阅本辑文章《领导扭亏为盈——与邓白氏公司董事会主席的访谈》。自2005年开始，中国银行业已经进入了“WTO后过渡时期”，国内外的银行都为如07年的开放做着准备工作。随着国外银行机构逐步进入中国的金融市场，那么中国的消费者将如何选择？他们对银行到底有何种期许？本辑金融服务方面的文章《中国消费者对银行期许几何？》的研究显示，中国的客户在寻求更好的服务……

对于资本市场来说，蛋糕做大是否真如人们惯常认为的那么重要？政府如何才能制定更为有效和平衡的管理机制来规范交易行为？全球高管人员如何看增长与风险？怎样更好地提高企业对企业的销售业绩？大型石油企业的未来在哪里？……本书为“2005麦肯锡高层管理论丛”中的一本，内容涉及企业战略、企业金融、市场营销、公共事业管理、汽车业、能源业、印度经济研究等，为你探询200年度最热点问题，分析入理，条理清晰，引人深思！

作者介绍:

目录:

[有利于竞争的管制_下载链接1](#)

标签

麦肯锡

营销

经管

商业

评论

《大力提升营销投资回报率》用投资的观点看待营销，营销的回报是信息的接受度。《有利于竞争的管制》有话是“你管的太宽了吧”。《更好的提高企业对企业的销售业绩》B2B，《所罗门营销学》涉及了一些。

[有利于竞争的管制 下载链接1](#)

书评

[有利于竞争的管制 下载链接1](#)