

<<市场驱动型组织>>

图书基本信息

书名：<<市场驱动型组织>>

13位ISBN编号：97871111104605

10位ISBN编号：7111104609

出版时间：2003-1-1

出版时间：机械工业出版社

作者：乔治·S·达伊

页数：259

译者：白长虹

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>

<<市场驱动型组织>>

内容概要

在市场复杂化程度和竞争激烈化程度都不断加剧的这个时代，明确的市场导向已经成为企业发展战略中必不可少的组成部分。

只有掌握理解、吸引并保留顾客的高超技巧，企业制定的战略才能向顾客传递优异的价值，并通过不断调整自身的发展战略，使之与不断变化着市场需求保持一致。

即使是拥有世界最尖端技术和最佳创新经营模式的公司，也必须与其顾客保持密切联系，还要比它们的竞争对手更早认识到顾客的所有潜力。

市场驱动型组织的威力能从沃尔玛、维珍航空公司、迪斯尼、吉列等许多成功的公司中看出来，它们从自己良好的客户关系中获得了明显超出竞争对手的优势。

<<市场驱动型组织>>

书籍目录

企业变革与管理升级的战略指南

前言

第一部分 理解市场导向

第1章 市场驱动的含义

第2章 关于市场导向的错误观念

第3章 市场驱动型文化

第4章 配置能力

第二部分 创建能力

第5章 市场感知

第6章 共享知识库

第7章 市场关群

第8章 客户关系的竞争

第9章 建立合作伙伴关系

第三部分 组织与市场保持一致

第10章 重塑组织形式

第11章 确定战略方向

第12章 引导变革

附录 你的企业是市场驱动型组织吗

注释

作者简介

译者简介

<<市场驱动型组织>>

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>