<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

图书基本信息

书名:<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

13位ISBN编号:9787218027425

10位ISBN编号: 7218027423

出版时间:1998-03

出版时间:广东人民出版社

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

<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

书籍目录

目录

第六章 创意思维 旋转脑瓜路路通

- 6-1下一世纪人类及其商界到底比什么
- 6-2创新的世纪要求创新的企业家
- 6-3创新思维决定创业人的"金品位"
- 6-4经商大智慧与"财富眼"
- 6-5训练"财富眼"关键在于使用知识
- 6-6创新之心与稀缺资源
- 6-7开发、培养创新之心
- 6-8车辐散射与创新之心
- 6 9物元交合与创新之心
- 6-10分拆、重组物元与创新之心
- 6-11创新之心应谨守物元交合五原则
- 6-12移花接木可以滋润创新之心
- 6-13逆向思维导引创新之心
- 6-14创新之心不应满足于一两种答案
- 6-15人无我有,人有我新的秘诀
- 6-16发散思维与创新的触角
- 6-17巧用关联度进行创造性思维
- 6-18多维信息交合可以导出无数新答案
- 6-19多维信息交合法的实施方法
- 6-20细寻缺点巧利用,创新之心更奇新
- 6-21勤换角度,不断出新
- 6 22养育"创新之心"的方向
- 6 23文化、商事巧嫁接,创新商路无难事
- 6 24利用偶然发现也创新
- 6-25黄金思维与智囊团
- 6-26用活的人脑,倍增创新之心
- 6-27创新之心也可以用钱买 聘用商海智囊
- 6-28智慧商品最能卖出大价钱
- 6 29为"食脑"时代开路法之-
- 6-30为"食脑"时代开路法之二
- 6-31为"食脑"时代开路法之三
- 6-32创新潜力还要靠自己挖掘
- 6-33思维日日新,穷人变富翁
- 6-34针对怪现象,创意出怪招
- 6-35换个方式便创新
- 6-36 "桶板效应"与脱颖而出竞争术
- 6-37信心是不断出新的源头活水
- 6-38创造性人才必备的性格、特点
- 6-39成功企业家必须拥有的心理素质
- 6-40以物易物 返璞归真
- 第七章 创新产品 抓住源头活水来
- 7-1企业拓展与产品开发之道
- 7-2从不满中寻找产品创新思路

<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

- 7-3发掘旧物中的潜在功能也等于创新
- 7-4多装点杂七杂八的知识更有利于创新
- 7-5十岁小人儿,创新成富翁
- 7-6加点什么,感觉就是不一样
- 7-7简单组合也可以创新产品
- 7-8将两物优点巧组合就能赚大钱
- 7-9多路思考,举一反三
- 7-10延伸、挖潜、再开发
- 7-11顺藤摸出一串瓜
- 7-12引进、改良、推陈出新
- 7-13依附法则,配套出新
- 7-14反向思考求同出新法
- 7-15粗品变精自挖潜力出新法
- 7-16吐故纳新出新法
- 7-17模仿借光出新法
- 7-18利用废物出新法
- 7-19废纸出新面面观
- 7-20废物杂交,效益更高
- 7 21 "偷"字更能出奇迹
- 7-22产品裂变招招鲜
- 7-23功能附加创新法
- 7-24博采众长,替代移用出新法
- 7-25利用缺点、错误生财法
- 7-26先发散再综合创新法
- 7-27日常商品创新实例
- 1.废旧家具再利用
- 2.包装泡塑的再利用
- 3.香烟头再利用
- 4.电脑垃圾再变宝
- 5.手提电脑传真多用机
- 6.精制故事、笑话演讲光盘或录音带
- 7.出售自然之声
- 8.语言时钟
- 9.BP机的新效用
- 10.将一般台历变出新花样
- 11.新潮多姿镇纸
- 12.办公室实用工艺品
- 13.鸡毛扫塑料花
- 14.人造花的变异
- 15.茶杯的进一步改进
- 16.烟灰缸的新设计
- 17.活用电吹风
- 18.领带的花样翻新
- 19.集装移动房
- 20.低成本彩色玻璃
- 21.锁(门)匙的变革
- 22.生产无线耳塞将大受欢迎

<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

- 23.改进礼品包装纸
- 24.小小铅笔能做大文章
- 25.活页、组合、盒装书
- 26.带电脑磁盘的图书
- 27.制造名片收藏价值
- 28.让平常人走上挂历
- 29.创新产品与市场
- 30.创新产品与创造"上帝"
- 31. "好想有台傻瓜型电脑"

第八章 扯旗造势 不用四两拨千斤

- 8-1扯旗造势才能成大事
- 8-2借内力显优势
- 8-3势能可以互换
- 8-4借外力造势能
- 8-5"请银行为我造势
- 8-6借钱造势的大富豪
- 8-7共享卓越巧造势
- 8-8空手也可以造大势
- 8 9空手造势技法一
- 8-10空手造势技法二
- 8 11空手造势技法三
- 8-12空手造势技法四
- 8 13空手造势技法五
- 8-14空手造势技法六
- 8 15空手造势技法七
- 8-16空手造势技法八
- 8-17借得巨人肩膀来起跳
- 8-18巧借精英脑袋成大事
- 8-19思想"和氏璧"琢好也成势
- 8-20巧借名人来助势
- 8 21制造名人势更强
- 8-22办个名人村,借势扬我名
- 8-23说说造势中的文化味
- 8 24名酒、名画、名票也助势
- 8 25挖掘国粹文化易成势
- 8 26文化名胜成就大势
- 8 27借历史大名造新势
- 8 28取得巧名自成势
- 8 29编个故事助商势
- 8-30商品艺术化,造势效果佳
- 8-31生肖文化最放光华
- 8-32"名"文化更易于造大势
- 8-33再来点名文化与高科技
- 8 34细造花儿敬"神佛"
- 8-35最好能为企业"镀点金"
- 8-36敢请一流"脑袋"做大势
- 8-37现金收买好点子

<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

- 8-38制造新闻,引发势能
- 8 39制造势能"水定律"
- 8-40瞄准需要巧进攻
- 8 41以假乱真造"需求"

第九章 巧处公关 善用杠杆转地球

- 9-1抓住八大良机树形象
- 9 2宣传公关要"食脑"
- 9-3传媒卖瓜与王婆吱喳
- 9-4给刺激,"造胃口",引发轰动
- 9-5反面做文章更能出"奇"果
- 9-6故事广告流传广
- 9-7宣传公关当戒的五种倾向
- 9-8危难时更要主动公关
- 9 9化解危机要靠好策划
- 9 10出了"官司"也能搞公关 9 11牢记公关"二五"定律
- 9-12 "新、奇、特"广告动人心
- 9-13"攀龙附凤"广告法
- 9-14"新、奇、特"广告之一
- 9-15 "新、奇、特"广告之二
- 9-16 "新、奇、特"广告之三
- 9 17可以"轰动"的广告
- 9 18曲线、间接广告
- 9 19厕所广告有"奇香"
- 9 20广告用语贵在"奇"
- 9-21购物导报,隐性广告
- 9 22 "起死回生"广告信
- 9-23广告信函的由来
- 9-24广告信函的优点
- 9-25广告信函的代理
- 9 26关于广告信函的创意
- 9-27广告借光跑得远
- 9-28包装也广告,最讲情与意
- 9-29百事可乐传情达意到家庭
- 9-30通过对比巧销法
- 9-31巧设对比强促销
- 9-32消费者的感觉决定促销手段
- 9 33 "晕轮效应"利促销
- 9-34利用消费者的"占有欲"
- 9-35为上帝制造得宠之"感性"
- 9-36要促销必须巧定位
- 9-37火力攻占与人情分割市场法
- 9-38"需要"是促销的关键点
- 9 39满足"雨中需要"也促销
- 9-40引客回头有绝招
- 9-41经典促销奇招
- 9-42摔破茅台得金奖 赋诗杜康日本俏

<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

9-43热门商品搞特价

第十章 智囊聚会 创意策划满地钞

- 10 1广州×××商务咨询服务中心的策划案
- 10 2智达连锁书屋策划案实施文本
- 10 3创办"发烧友音响有限公司"策划案
- 10 4隆重推出"真自然"木壳手表策划案
- 10 5联手创设"赛奔腾教学专用电脑"策划案
- 10-6职技培训,热门项目
- 10 7创办××电脑培训中心操作方案
- 10 8创办《招工大全》大型刊物项目构想
- 10 9集邮品专业市场策划思路
- 10 10L记者与"黄金脑智囊群"主持人对话录
- 10 11创意策划就是要无中生有,空手发大财
- 10 12刘备与孔明分手单干谁也成不了大气候
- 10 13成功人士与创意思维
- 10 14请留意新世纪最能赚钱的九个行业
- 10 15 "黄金脑智囊群"很希望帮有心创业之人早日

走上致富路

编后记

<<黄金创意--跨世纪创业新财路(下篇)>>

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