

## <<内在优势>>

### 图书基本信息

书名：<<内在优势>>

13位ISBN编号：9787300108520

10位ISBN编号：7300108520

出版时间：2010-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：布鲁姆 著，郭骥铭 译

页数：191

译者：郭骥铭

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>

## <<内在优势>>

### 内容概要

内在优势是企业发展的钥匙，不发展就是等死。

在今天高度竞争和科技驱动的全球市场中，没有一个企业停止了发展还能够存活。

本书根据作者45年的企业家和公司CEO的职业生涯，总结出一套独特的方法，能够把公司已经呈现出来的战略优势转化成为资本。

作者运用一种称为“寻求发展之旅”的四步过程，让读者找到自己企业的隐藏力量，并将它发扬光大，从而释放内在优势，发展壮大自己的企业。

## <<内在优势>>

### 作者简介

罗伯特·H·布鲁姆是一位广受尊敬的企业发展领域的权威专家。作为一名企业家，他把一家地方性的广告代理公司发展成为一家成功的全国性公司。他担任一家有着46亿美元资产的跨国营销服务公司阳狮环球美国地区的主席兼CEO，打造和实施了一些世界上最大的公司和品牌的发展战略。在阳狮，他的客户包括宝马、欧莱雅、雀巢、T.G.I. 星期五、惠而浦、Zale珠宝店和T-Mobile。

## &lt;&lt;内在优势&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 核心顾客——他们是谁? 第一章 商业经营中最重要的一个词 超越市场统计数据  
 把你的顾客塑造成一个亲密的形象 你的核心顾客——“谁” “谁”的表述是发展的起点  
 不要被你的顾客抛到脑后 Juicy Juice果汁——顾客是谁? 第二章 不是所有的顾客都是生来  
 均等的 新的顾客看起来就像是老顾客一样 Gap为了错误的新顾客而设计服装 因您而变的  
 星巴克 在合理的地方寻找新顾客 吸引了男士就吸引了他身边的女士 现有的顾客知道公  
 司的潜在顾客在哪里 一杯咖啡就能带来一位顾客 如果你需要大量潜在的顾客 公司员工  
 也是顾客 第三章 瞄准你的核心顾客 找到你的“谁” 内在优势常见问题——“谁” 第二  
 部分 非同寻常的奉献——你能奉献给他们什么? 第四章 你到底在做什么生意? 企业非同寻常  
 的奉献——“什么” 你已经拥有了一种非同寻常的奉献 浪费一个非同寻常的奉献 日  
 常用品也有非同寻常之处 提升日用品竞争力的其他方法 一把螺丝刀有什么非同寻常之处?  
 在实践中找到不平凡 独一无二的奉献同样独一无二地危险 Juicy Juice果汁——它不同  
 寻常的奉献是什么? 第五章 当切实的遇到心理的 对症下药 你需要的就是关爱(LUV)  
 保持新鲜和新鲜 与你的顾客建立一条牢不可破的纽带 第六章 深入挖掘你的优势 找到你的  
 “什么” 内在优势常见问题与回答——“什么” 第七章 为一个企业搭建一个平台 你的  
 诱导战略——“如何” 针对难以取悦的顾客的诱导战略 用诱导战略来跳出“商品化”陷  
 阱 战无不胜的诱导战略 转换一个品牌的诱导战略 第八章 通过独树一帜脱颖而出 什么  
 可以使一个诱导战略更有说服力呢? 诚实与信用可以创造一个巨大的成功 规划自己的发展路  
 线 第四部分 富有想象力的行动——拥有它! 第九章 制定一个引人瞩目的诱导战略 找到你的“  
 如何” 内在优势常见问题——“如何” 第十章 永远不要停止宣扬你的优势 创造有想象  
 力的行动 最奢华的富有想象力的行动 最酷的富有想象力的行动 基于战略现实的创意活  
 动 一种非传统的沟通方法 Juicy Juice和Triaminic:释放它们的内在优势 一家多样化企  
 业的创意行动 第十一章 一般性活动和轰动性的行动 “拥有它!”的成本 第十二章 借你的优势  
 名扬天下 泡沫归来 富有想象力的行动接踵而来 TNT电视频道 丰田汽车 卡贝拉  
 公司(Cabela's) 波音公司 沿着前人的足迹,你很快就会“拥有它!” 内在优势常见问题  
 ——“拥有它!” 你已经做好发展的准备了 结论 开始发展吧——就是现在! 醒来吧,沉睡  
 的内在优势 探索你的内在优势 发展你的内在优势——就是现在! 注释 译后记

<<内在优势>>

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>