

<<国际商业计划书>>

图书基本信息

书名：<<国际商业计划书>>

13位ISBN编号：9787300159386

10位ISBN编号：7300159389

出版时间：2012-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：罗伯特·L·布朗（Robert L.Brown），艾伦·S·

页数：212

译者：王琼

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>

<<国际商业计划书>>

内容概要

《国际贸易经典译丛·简明系列：国际商业计划书（第3版）》是针对国际商业计划的调研、形成、撰写成文的一本实战指导手册。
重点介绍计划的目的是、相关事宜、所包含的内容以及采取的格式等。

<<国际商业计划书>>

书籍目录

导言第1章 为什么要撰写国际商业计划书关于国际商业计划书的问与答企业的国际面在国际市场上占据优势适应国际商务环境将构想变成现实说服他人第2章 商业计划书的基本要素与可变要素份实用的商业计划书包含的内容及特点国际因素商业计划书应该与业务性质相匹配份可行的计划书应该具备的五个特征第3章 撰写商业计划书：基本问题国际焦点竞争优势读者明确的行动方案个伟大的团队健全的组织结构对不利因素的分析保密要求计划落实时间表第4章 撰写商业计划书：国际化经营问题1：环境分析问题2：外国市场进入战略问题3：国际金融问题问题4：法律法规问题第5章 组建工作团队你自己工程、设计与制造管理财务法律销售证券发行顾问专业编辑 / 商业文书写作人专家组内部审计组第6章 计划书第 部分：导论封面目录摘要使命与远景目标第7章 计划书第二部分：企业背景介绍企业的发展历史当前及预计要开展的业务活动I产品（货物与服务）客户竞争优势与核心竞争力行业分析竞争分析第8章 计划书第三部分：产品与服务产品介绍产品组合研究与开发知识产权第9章 计划书第四部分：制造或者工艺第10章 计划书第五部分：营销第11章 计划书第六部分：管理与组织结构第12章 计划书第七部分：人力资源第13章 计划书第八部分：特别主题第14章 计划书第九部分：财务信息第15章 商业计划书起草时间表第16章 商业计划书样本一：软件公司第17章 商业计划书样本二：科技产品制造商第18章 商业计划书样本三：商品与服务零售商第19章 保密协议样本第20章 简单财务报表第21章 封面和声明示例参考文献

<<国际商业计划书>>

章节摘录

消费者行为 宠物俱乐部和其他大型宠物用品专卖店的成功，在很大程度上可以归功于曾帮助其他行业的先行者们（比如美国价格俱乐部、百货店以及玩具反斗城）获得成功的消费者行为。这些公司广受客户的喜爱，尽管它们的零售店并不追求店面奢华，但还是同时在高收入消费群体以及不那么富裕的群体两个市场上占有了一定份额。

举例来说，大型百货店里大多数定价较高的商品都是些不太引人注目但是却具有较高效用的产品。比如，米其林轮胎、百工的电动工具以及办公用品。

优越的性能和 / 或耐用性是顾客决定购买这些高效用产品的根本原因。

这些缺乏魅力却很实用的产品并不会因为管理费高昂的商店采用了让人炫目的销售技巧而增添任何光芒。

现在，在购买这些实用型产品时，有更多成熟的消费者会有意或无意地避开那些花哨的零售商店。

很多宠物用品也有类似的情况。

宠物食品和周边产品属于不太注重形象的实用型产品。

对于每个受宠爱的动物来说，都有一个关心其营养状况和舒适程度的主人。

这种宠物用品的消费者需要买的是质量好的产品，除非绝对必要，否则他们不愿意为此多花哪怕是一分钱。

注重价值增值的杂货店和百货商店并不提供高性价比的宠物用品。

为了迎合顾客对价格合理同时质量上乘的产品的需求，不讲究豪华装饰的宠物用品零售店的出现自然是革命性的进步。

在诸如玩具反斗城之类的商店出现之前，对于任何一类产品，顾客都很少能够找到品种齐全的周边产品和 / 或食品店。

结果不言自明——消费者只能去产品门类高度细分的商店购物。

现在，很多产品都有大型专卖店，包括体育用品、家居用品、音像制品等。

同样的消费观自然也适用于宠物用品市场。

动物爱好者重视宠物的现有的特殊产品是否充足。

然而，消费者发现找到一个宠物周边产品和（或）食品种类齐全的商店是很难的。

杂货店并不出售符合动物营养要求的宠物食品。

而那些确实提供这些优质产品的宠物商店，其价格也往往贵得吓人。

而且不管是杂货店还是宠物商店，周边产品的数量都会受到零售店面的限制。

消费者行为使得那些能够提供品种丰富的宠物用品的大型专卖店成为必要。

.....

<<国际商业计划书>>

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>