

<<集中做透一件事>>

图书基本信息

书名：<<集中做透一件事>>

13位ISBN编号：9787500842293

10位ISBN编号：7500842295

出版时间：2009-3

出版时间：工人出版社

作者：叶舟

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>

<<集中做透一件事>>

前言

麦当劳只做快餐一个点，可口可乐只做可乐一个点，娃哈哈只做饮料一个点，全聚德只做烤鸭一个点，迪斯尼只卖儿童乐园一个点……万仞高山，起于垒土；无边汪洋，积于点滴；参天巨松，始于种子！

自然界的一切一切，都无不是从点上开始。

家庭始于单个的人，企业始于创业者的一个创意。

人类社会的一切一切，都无不是从点上开始的。

没有这个原始的点，没有这个起点，一切成就都是无稽之谈，都是无源之水，无根之树。

人，都是在一个个基点上一步一步走向卓越的；企业，也同样是在一个个项目上日积月累而铸就出辉煌的。

一切的成就都只可能从点上开始。

天下研究卓越之道的人不计其数，许多人告诉你某个人的成功经验，过分地宣扬个人力量的伟大。

与他们不同，我是用批量筛选法，透过繁华表象去研究卓越人士的核心规律。

我在本书中将中国500强的老总的卓越经验一步步筛选，最后提炼成四个卓越的关键重要因素，即对手战、差异战、声音战和集中。

这500位总裁中的成功没有一位是不符合这个“3+1=卓越”的战略模式的人。

而在“3+1=卓越”的模式中，无论是对手战、差异战，还是声音战，若要彻底执行到位，那都少不了“集中”这个最关键的因素。

<<集中做透一件事>>

内容概要

本书是关于企业管理及人生励志方面的一本书，从哲学、历史、军事等角度全面细致的阐述了制胜的种种法则用竞争力学解说了制胜的本质，提供了应对千变万化博弈的不变策略，阐释了集中是解决稀缺问题最有效的法宝。

这些理论对于企业的决策层及个人人生励志都有一定的积极意义。

<<集中做透一件事>>

作者简介

叶舟，清华大学、北京大学特聘讲师，心理学博士，“拯救心灵工程”和“中国自然疗法慈善救助中心”的发起人，代表作有《在北大听解脱之道》、《在北大听包容之道》、《在北大听平衡之道》等，在心灵建设上有许多独到的见解，其中“一秒钟烦恼解脱术”广泛培训之后，被许多朋友褒誉为“心理解脱大师”。

去年策划的《心理健康枕边书》系列，已畅销各大图书城。

<<集中做透一件事>>

书籍目录

1 集中制胜的六大法则 法则一——如何变相对弱势为相对优势 法则二——如何变相对优势为绝对优势 法则三——如何变绝对弱势为绝对优势 法则四——如何创造出点线面的差异价值 法则五——如何实现时空互换资源互换2 集中制胜的七大集中策略 策略一——需求的资源总是稀缺的 策略二——在运用力量时要有侧重点 策略三——集中的程度与产出成正比 策略四——成就的扩大却要依靠缩小 策略五——内在越集中外在魅力越大 策略六——不谈开放的集中是消极集中 策略七——最佳组合力量能量最大3 集中制胜的重拳法则 密度——追求到痴迷才会出效果 角度——找到最佳的切入点 持久度——一夜蹿红无异徒步登天 维度——一个好汉三个帮 速度——只有快才能赢得钞票和名誉 聚焦度——让事业成为你唯一的牵挂 精度——浓缩的都是精华4 集中是讲究侧重点的智慧 寻觅——只找能扭转命运的支点 长板——只做自己最擅长的事 能力——只做最有把握的事 兴趣——只做最喜欢的事 主次——只做最有价值的事 优先——只做最重要的事 差异——只做获得注意力的事 当下——只做此时该做的事5 集中就是狠抓点上卓越 盲点——失败只因没吃透点思维 支点——找准了那撬动地球的支点 守点——集中一点才能创造卓越 卖点——畅销的第一因素 炒点——炒作的妙处在于制造销售 升级点——要不断更新需求卖点 未来点——抢占时代的最高点6 个人如何集中做透一件事 减法——只有成熟的人才懂得放弃 选择——一生只做好一件事就应知足了 专注——一次只聚焦一件事 专业——你的优势在哪里 尽情——要用100%激情做1%的事 细节——在小处做出大文章 一流——要做就做第一7 集中打击对手的软肋点 打击对手的空白点 打击对手的薄弱点 打击对手的盲点 打击对手的间隙点 打击对手的背叛点8 聚积外力才有资本干大事 必须找到最大的力量源泉 五种最常见的聚力方法 聚力的“六字真经” 聚力形式多种多样 领导的魅力是如何组成的 管理力量的艺术 战前练兵是对战斗力的调试结束语：人人都能靠集中打翻身战

<<集中做透一件事>>

章节摘录

人生于天地之间，谁不想出人头地，有所建树？

关键的问题不在想不想，而在从哪件事开始，从哪里开始有价值的人生。

集中战略的博弈之一就是以我之强，攻敌之弱，就是避实就虚。

找到最佳的角度，其实是一个智力活。

无论是我们面临的问题，还是我们要做出的选择，都有一个角度问题，若选不好角度，就算你投入了再大的力量，你也并不能确保成功。

但只要你选准了角度，你也许就能很轻松地摆平问题。

角度难找，但有一个最基本原则，只要理解了，也不是真正难找的。

这个原则就是发挥自身优势，克制“敌人”弱势。

人要有自知之明，你自己有几斤几两，要十分清楚，你有何核心竞争力，有何特长，应当了如指掌，否则，你就会选错进入人生的最佳角度。

若要贾平凹去当歌星，他是很难创造出他在写作上的成就的；若要刘德华去搞写作，怕也是出不了名的；若要易中天去写言情小说，而不是写历史题材，他也许一生都默默无闻……一个人能否功成名就，与他选对自己感兴趣的有独特爱好的职业是分不开的。

人，不是万能的，人总是受成长经历约束，个人历史总会在他身上留下某种能力的倾向性，只要他自己找到了这个有了一定倾向的能力，那么，他的成功就已为期不远了。

一个人如此，一个企业也莫不如此。

如，我的对手已占领了大中城市市场，而且其产品又一流，投入的广告又相当密集，因此，我是没有能力与之正面对抗的，因为我的经济实力没有对方强，广告也打不过对方。

此时，我并不能被困难吓倒，我就要在角度上去集中力量。

只要找，任何对手都是有弱点的，他在大中城市形成了绝对市场，但小城市却可能一片空白，或者在某几个城市力度相对弱一些，我完全可以从这些城市为突破口去进攻。

紧紧抓住对方弱点，并在弱点上大做文章，再结合自身的优点，我相信一定能将集中战略发挥到极致的。

事半功半和事半功倍，就是揭示角度的功效。

角度就是省力点，就是人生的支点。

要控制一艘船，最有效的角度就是控制船舵，这是问题的关键。

谁找到了这个角度，谁就能撬动地球。

下面这些企业的卓越是因为找到了产品的哪个角度呢，请看：红塔——天外有天，红塔集团；大红鹰——大红鹰，新时代的精神；红河——乘红河雄风，破世纪风浪；利群——杭州利群，永远利益群众。

奔驰——奔驰认为，精确是生活驾驭自如的关键。

所以，奔驰在它的车中，注入精确的德国工程师的质量标准。

迪斯尼——迪斯尼认为，每个人都保有童年的丰富想象。

所以，它设计种种娱乐，提供奇妙的体验。

新加坡航空——新加坡航空认为，一次飞行之旅不仅是为了到达目的地，而且也是这种体验本身。

所以它全力以赴，让每一次飞行变成美味无比的体验。

夏奈尔——夏奈尔认为，自信的女人最美丽。

所以，它帮助每一位女性，给世界展示最美丽的自我。

索尼——索尼认为，我们都是梦想家，喜欢想象天马行空。

所以，它设计的产品，永远比你的想象快一拍。

今天，全球化给中国的市场经济带来了很大的压力，如品牌的角度竞争就是一个大问题，国外的强势品牌强势进入中国，中国在一个阶段内要想迅速与国际大品牌抗衡，还得下大工夫！

尤其是在角度选择上，要慎重，一要加快学习步伐，二要找到支点，找到突破口，这样就能在最短时间创造出自己的品牌。

<<集中做透一件事>>

这世上没有谁怕谁，关键是交手的角度与力度。

事物都有两面性，这是辩证法，你的优点也许正是你的缺点，何况，一切优势的背后一定留下了更大的空间的缺点，作为弱者，就是要找出这个缺点，找出这个解决问题的支点，一切就会迎刃而解。

市场上有一个寻找角度的最有效方法，它就是差异集中战略，找到差异，就找到了角度。

因为这世上的价值都是由差异决定的，你找到了差异，就等于找到了全新的价值。

所以说，你若找不到角度，就不妨集中精力在差异上大做文章。

<<集中做透一件事>>

编辑推荐

《集中做透一件事》由中国工人出版社出版。

用竞争力学说剖析集中的本质。

应对千变万化博弈的不变策略。

集中是解决稀缺问题最有效的法宝。

一个没有人生追求侧重点的人，是不可能成功的。

一个不懂得集中策略的人，是不可能干出什么大名堂的。

散枪打鸟，就算能打到鸟，那也不划算，投入太多，成本浪费太大。

集中制胜的六大法则集中制胜的七大集中策略集中制胜的重拳法则集中是讲究侧重点的智慧集中就是狠抓点上卓越个人如何集中做透一件事团队必须集中做透一件事集中打击对手的软肋点聚积外力才有资本干大事

<<集中做透一件事>>

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>