

<<要市场不要工厂>>

图书基本信息

书名：<<要市场不要工厂>>

13位ISBN编号：9787501191512

10位ISBN编号：7501191514

出版时间：2010-3

出版时间：新华出版社

作者：王金阳

页数：249

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>

<<要市场不要工厂>>

前言

用市场要求与客户要求再造公司我写过一本书叫《细节决定成败》，这本书在社会上产生了较大的影响。

由于工作的关系，我每年都要进行几百场以上的演讲或培训，对于中国的企业来讲，细节决定成败的时代确实已经到来了。

理由很简单，在竞争越来越激烈的市场经济环境下，在越来越开放的国际化竞争背景下，客户把握了主导权，并且客户永远在选择，他们有理由选择更好的，而现实就是对手越来越强大。

因此，当我们“与狼共舞”的时候，唯有用更好的产品与服务细节来满足客户的需求，才能获得客户、拥有客户；只有这样才能战胜对手，成为市场上的领导者。

所以，是市场的要求与客户的要求在推动我们进步，并且是市场的要求和客户的要求成就了我们的企业梦想与财富梦想。

记得不久前，我和公司内几个员工做了一次有趣的沟通，我问员工的第一个问题是：“你到底想要什么？”

”员工一说：“我想要时间上的自由和财富上的自由。

”员工二说：“我想把爸爸、妈妈和外婆接到北京一起生活。

”员工三说：“我就想做点事。

”员工四说：“我想在北京拥有一套房子，摆脱在北京社会底层人的命运。

”

<<要市场不要工厂>>

内容概要

只有充分地了解市场、把握客户，想尽一切办法满足客户的要求，我们才能打开获得财富的大门，才能打开快速增长、持续增长的大门。

所以，了解并拥有市场、把握并拥有客户就拥有了公司赢利、持续发展的“金钥匙”；就拥有了吸引一流员工、一流股东、获得社会尊重的“金钥匙”。

问题是您有多想要实现您的财富梦想和事业目标？

您有多想要拥有市场、拥有客户。

如果您真的是一定要，那么我强烈向您推荐王金阳先生的《要市场不要工厂》这本书，倘若仔细阅读王先生的这本力作，您一定会找到正确的思路、正确的方法，构建起正确的企业赢利体系，打造战无不胜的赢利团队。

您是一定要拥有市场、拥有客户吗？

如果是，就请您把这本书带回家！

<<要市场不要工厂>>

作者简介

王金阳

托管式咨询创始人。

十年培训咨询行业一流实战经验。

2001年加入某知名营销机构，学习个人推销与企业营销之道，期间担任高级讲师，并创立了以年度目标为导向的企业赢利突破系统；2004年加入中国知名的战略咨询公司，学习企业战略运营管理，期间担任产品总监、营销总监、首席讲师，并创立了以高效管理为导向的销售管控与执行力管控系统；2007年就任某公司清华总裁班特级讲师、高级管理顾问，将清华“自强不息、厚德载物”的校训植入灵魂深处，并创立了以使命为导向的企业家自我突破系统。

<<要市场不要工厂>>

书籍目录

- 第一章 中国企业为什么解不开短命的魔咒 1. 为什么企业会快速灭亡？
 ——没有市场就无法生存 2. 为什么出口很难转内销？
 ——熟悉的产品，陌生的客户 3. 洋快餐为什么赢？
 ——懂市场才是成功关键 4. 要资本还是要资产？
 ——企业持续发展的根本性思考 5. 中国企业如何“出海”？
 ——对市场的理解决定成败 6. 三鹿给了我们什么启示？
 ——伤害消费者等于自取灭亡 本章结语 本章练习第二章 结构问题：比官僚还官僚的组织体系
 1. 想做好企业，先要了解企业 2. 您了解自己的企业吗？
 3. 内部矛盾源自错误的组织架构 4. 业绩考核到底该如何考？
 5. 提高“免疫力”是解决问题的关键 本章结语 本章练习第三章 员工问题：在商不言商的企业
 员工 1. 做不好员工，如何做老板？
 2. 员工的工资从哪里来？
 3. 从逃避问题到成为问题解决者 本章结语 本章练习第四章 企业蜕变：从生产型到市场型的转变
 1. 想占领市场，先要理解“企业”的含义 2. 只有市场型企业才能跟上变化 3. 战略上的差异导致结果差异
 4. 利润差异源自企业类型的差异 5. 只有市场型企业才能做到持续发展 6. 把握市场，做产业的领导者
 7. 成熟市场下的不成熟运作：对露露美颜坊的分析 本章结语 本章练习第五章 团队蜕变：告别蓝领，穿上西装
 1. 生产型企业与市场型企业的不同管理方式 2. 生产型企业团队与市场型企业团队的不同文化特点
 3. 生产型企业和市场型企业的不同人力资源特点 4. 如何从市场的角度选择企业培训师 本章结语
 本章练习第六章 个人蜕变：从假自私到真自私 1. 个人需求：从假自私到真自私 2. 观念不同，行为不同
 3. 能力不同，结果不同 4. 对象不同，智慧不同 5. 方式不同，收入不同 6. 个人战略：让才华发挥到极致
 本章结语 本章练习第七章 用客户战略打造一流的市场型企业 1. 产业战略：把握消费者最终需求
 2. 行业战略：创造赢利模式 3. 企业战略：成为客户首选 4. 营销战略：重视4P，重视渠道管理
 5. 管理战略：要看懂利润公式 6. 战略就是必然：做好因，必有好果 本章结语 本章练习第八章 用商业对
 错观打造一流的市场型团队 1. 团队市场化打造人口：商业对错题 2. 商业对错题之一：客户永远是对的
 3. 商业对错题之二：公司永远是对的 4. 商业对错题之三：提升自我永远是对的 5. 明确人际关系，重塑团队
 竞争力 6. 做好内部设计，打造市场团队 本章结语 本章练习第九章 用稀缺回报定律打造商业化员工
 1. 找到协同之道，和企业共赢 2. 员工商业化打造人口：稀缺经济学 3. 如何成为稀缺的人？
 4. 锁定目标，排除干扰 本章结语 本章练习第十章 对不市场化的企业环境的反思 1. 国企在市场化中的
 责任 2. 大学市场化，大学生却在市场化中迷失 3. 富不过三代，错误财富观下的不归路
 4. 地方政策决定企业格局 5. 一个不炒股的人对股市的恐惧 6. 谁都不是旁观者，谁也逃不掉后果
 本章结语 本章练习附录一 新生代的道路与梦想附录二 恒记万马咨询理念和方法附录三 对某管理顾问公司
 新员工的培训节录

<<要市场不要工厂>>

章节摘录

插图：从上述事例中可以看出，竞争环境异常恶劣，各种成本的不断上升已令中国代工企业不堪重负。

具体来说：人工成本上涨迅速，法律法规不断健全，合理避税越来越难，而产品利润却越来越低，外贸风险越来越高。

据中国海关总署今年上半年的外贸出口统计数据显示，纺织、玩具、手机、塑料制品、轮胎等许多加工行业的出口下降异常严重，最低的也在10%以上，最高的甚至下降了40%。

在阳光塑胶业所处的玩具行业，1990年其利润高达30%，十年以后即使利润下降迅速，但也还有20%的利润，而到2006年情况就更加严重，几乎到了零利润的程度。

今年第一季度，我国主营业务收入500万元以上的玩具企业亏损面高达30.98%。

同时，亏损企业的数量迅速增长，比去年同期增长了19.78%，亏损额比去年同期上升了26.44%。

这样的数字对比令人十分担忧。

一个不争的事实，中国企业消亡的速度非常快，平均寿命只有2.9年。

那么这两年来的大量企业破产，背后的深层次原因又是什么呢？

这里有几个答案。

答案一：做企业就是做市场，做企业就是做客户，没有掌握市场，没有获得大量客户，企业必定死亡。

答案二：如果拥有市场，即使没有工厂，也能掌握主动权。

因为谁拥有市场，谁就拥有主动权。

答案三：金融危机使得有效需求减少，所以大量企业倒闭。

我想企业家们非常清楚这背后的答案，就是这些企业都没有掌握市场，没有终端消费者的支持，所以无论企业规模多大，倒闭都是有可能的。

中国的许多企业很难得到银行的投资，更难得到风险投资。

<<要市场不要工厂>>

媒体关注与评论

我们制造业，大家千万不要听信媒体，说我们中国很骄傲是世界工厂。我告诉你。

世界工厂是个最讽刺的笑话，你晓不晓得，世界工厂利润是多少？

2~5%。

只要通过汇率轻轻松松搞一下，全部利润都没有了，都给美国人吃光。

一个所谓世界工厂，在我听起来。

是个极大的讽刺。

——郎咸平中国文化是大陆文化的代表，美国文化是海洋文化的代表，大陆文化和海洋文化的融合是天空文化。

这本书的落脚点是“要市场不要工厂”，书中以大量的实例分析了现在企业为什么失败，核心原因是他们没有拥有客户。

没有拥有消费者。

——恒记万马首席顾问 王金阳我认真听了王金阳顾问一个下午的课，感觉就是实战。能落地。

用一句话来评价恒记万马：商业凭实战，逻辑赢天下！

——志高空调董事长 李兴浩王金阳顾问解决问题足智多谋、深入浅出。

我决定聘用王顾问为战略中心首席顾问！

——露露集团总经理 魏继平

<<要市场不要工厂>>

编辑推荐

《要市场不要工厂》编辑推荐：深度解读企业百年赢利之道。
中国企业未来一百年做强做大的战略操作地图。

<<要市场不要工厂>>

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>