

<<史玉柱最有价值的商场博弈>>

图书基本信息

书名：<<史玉柱最有价值的商场博弈>>

13位ISBN编号：9787507420180

10位ISBN编号：7507420183

出版时间：2008-9

出版时间：中国城市出版社

作者：吕叔春

页数：271

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>

## <<史玉柱最有价值的商场博弈>>

### 内容概要

对于巨人的失败，史玉柱总结的教训是：“以前很少想输赢，经历了一次挫折，现在会知道做任何事不能太浪漫，成功、不成不败和失败三种情况都要想到。成功了，接下来要做什么；失败了，我应该用什么方法去应对。比如巨人那一次，我应该预计到有没有钱去填窟窿。现在我做一件事，三种情况都会想到。这是摔一跤摔出来的。出事之后再回过头来看毛泽东的传记和《毛泽东军事文选》，体会更深。毛泽东在任何战役之前在电报里都会做几种可行性的分析，比如进军大别山，每种应对方案他都会写出来。”

## <<史玉柱最有价值的商场博弈>>

### 书籍目录

第一章 机遇与信誉皆不可失第一节 包装印刷需求带来的机遇第二节 珠海机会1.珠海市长的“礼物”2.朱镕基参观巨人3.李鹏与巨人第三节 机遇与知名度第四节 泰山峰会，“高人”相助第五节 “事件营销”的机遇第六节 回购楼花，重建信誉1.一诺千金2.“背着污点做不了大事”3.是炒作还是信誉第七节 信誉--巨人的无形资产第二章 前车之鉴，巨人覆辙第一节 财政危机第二节 官司纷起第三节 “后院”起火第四节 厂家扣货第五节 媒体推波助澜第六节 战略转移第七节 教训总结1.民营企业的13种死法2.巨人集团失败的四个原因3.多元化的利弊第八节 旁观者清--最著名失败者的反省第三章 史玉柱的营销策略第一节 江阴调查，启动脑白金市场第二节 攻城略地，脑白金市场全面启动第三节 蚕食与点、线、面策略第四节 实施聚焦资源策略第五节 品牌树立，广告是关键第六节 脑白金的软文炒作策略1.关于软文炒作2.新闻性软文3.科普性软文：一本奇特的“产品说明书”第七节 史玉柱：提高保健品的信任度第八节 终端营销，将品牌变成有形资产第九节 史玉柱的营销法则第四章 不离不弃的团队，史玉柱的管理艺术第五章 史玉柱的冒险精神第六章 史玉柱的商业眼光第七章 从企业家到投资家第八章 史玉柱的经营理念第九章 史玉柱的精品战略

## <<史玉柱最有价值的商场博弈>>

### 编辑推荐

史玉柱的商场博弈，是智慧的博弈，是勇气的博弈，更是精神的博弈。

史玉柱的历程告诉我们，只要精神在，是什么都无法把我们打倒的。

史玉柱似乎没有失败过，因为他的精神没有被击倒过。

史玉柱是永远的巨人。

<<史玉柱最有价值的商场博弈>>

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>