

<<36家跨国公司的创业之父>>

图书基本信息

书名：<<36家跨国公司的创业之父>>

13位ISBN编号：9787508436654

10位ISBN编号：7508436652

出版时间：2006-4

出版时间：中国水利水电出版社

作者：后东升

页数：312

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>

## <<36家跨国公司的创业之父>>

### 内容概要

他们的成功体现着优于他人的品格、卓尔不群的智慧、永往无敌的胆识、积极求变的创新意识和高瞻远瞩的眼光。

他们使一个个小企业、小公司、或是濒临破产的企业起死回生，由小到大，进而成长为对世界经济举足轻重的企业巨鳄，而他们自己也成为人们顶礼膜拜的创业楷模。

这些品质正是普普通通的平凡人可以拥有、可以借鉴的东西，打开本书，从他们的创业历程中，我们会看到：这些优良的品质是如何在一个人身上闪光的，而他们又是如何将其闪光点融入企业的成长兴衰中，进而推动企业的成功。

你还会发现：他们的创业将不再是天方夜谭的神话、不再是不可复制的模板，每一个脚印都有据可查、每一笔财富都充满了借鉴的经验。

成功并不遥远，它只缺你投入地学习与仿效、只缺你忘我地研磨。

本书精选了36家世界著名跨国公司的创始人的故事，让您尽情领略这些实业巨擘、商业巨头的创业风采，从中学到一些人生经验、商战技巧、管理心得。

## <<36家跨国公司的创业之父>>

### 书籍目录

前言  
可口可乐公司：可口可乐之父阿萨·坎德勒  
韩国三星集团：创业鬼才李秉哲  
吉列公司：剃刀大王金·吉列  
奥美广告：现代广告教皇大卫·奥格威  
迪斯尼：动画大王沃尔特·迪斯尼  
宜家家居：“宜家”创始人英格瓦·坎普拉德  
奥林匹克海运公司：希腊船王奥纳西斯  
惠普公司：惠普创始人戴维·帕卡德  
摩托罗拉：摩托罗拉之父保罗·高尔文  
甲骨文公司：甲骨文公司的擎旗人拉里·埃里森  
柯达公司：柯达奠基者乔治·伊士曼  
戴尔公司：戴尔电脑创始人迈克尔·戴尔  
新闻集团：报业大王鲁珀特·默多克  
联邦快递：联邦快递开拓者弗雷德·史密斯  
麦当劳：麦当劳之父雷蒙德·克罗克  
皮尔·卡丹：卡丹帝国的缔造者  
皮尔·卡丹苹果电脑：苹果电脑的英雄  
史蒂夫·乔布斯  
福特公司：美国汽车大王亨利·福特  
雪铁龙公司：从发明家到企业家  
安德烈·雪铁龙  
本田公司：摩托车之父本田宗一郎  
IBM公司：计算机巨头托马斯·约翰·沃森  
卡内基公司：钢铁大王安德鲁·卡内基  
长实集团：超人李嘉诚  
美国在线：网络天王史蒂夫·凯斯  
耐克公司：耐克创始人菲尔·耐特  
微软公司：软件巨头比尔·盖茨  
索尼电器：索尼之父盛田昭夫  
埃克森公司：美孚石油创始人约翰·D·洛克菲勒  
松下电器：经营之神松下幸之助  
CNN：电视巨子特德·特纳  
台塑集团：台塑掌门人王永庆  
沃尔玛公司：美国零售业大鳄山姆·沃尔顿  
希尔顿饭店：旅馆业大王康拉德·希尔顿  
星巴克：借文化打造名牌的霍华·舒尔茨  
英特尔公司：芯片业舵手戈登·摩尔  
伯克希尔工业公司：投资之神沃伦·巴菲特

## &lt;&lt;36家跨国公司的创业之父&gt;&gt;

## 章节摘录

成功秘诀之一：只售商品，严守秘诀 众所周知，可口可乐这么一种大众饮料，基本上是几种物质的混合物，即糖、碳酸水、焦糖、磷酸、咖啡因和“失去效能”的古柯叶及椰果。

可以说，其配料的99%以上是可以分析出来的。

但有不到1%的“7X号物品”却保持着100多年秘密，对谁也不告知此秘方，只有严格选的几个人知其秘密。

如果需验查这秘方，他们必须到乔治亚信托公去，首先提出申请，经过信托公司董事会批准，在官员监视下，在指定间内打开秘方的保险库门。

对于“7X配方”，其专利拥有者不管生意发展到多大，绝对不告知不转让。

可口可乐正是长期做到绝对保密，使化学家和竞争者花了上百时间的研究，至今仍未得到要领。这一保密经验，很值得借鉴。

为了扩大业务，可口可乐公司不断进行推销，但均是推销可口可乐的浓缩液，绝不出售技术诀窍。

自从1926年在古巴开设第一家可口可乐生产工厂以来，现在已在近百个国家开设有加工厂了，在中国的北京、广州、厦门等地都有合资工厂，但“7X”浓缩液却均从美国总公司运来。

一种饮料竟然每年能做近200亿美元的大生意，其产品生命周期亦百年不衰，现在全球人们每天喝下10亿多罐可口可乐，可说创下了经营史上的奇迹。

这个奇迹的产生，很重要因素是可口可乐的老板们始终坚持“百年大计”经营方针，绝不做“吃糠见米”、急功近利的生意。

成功秘诀之二：重新定位可口可乐 当可口可乐的创始人刚接手这种饮料时，它只是一种乏人问津的药水，但为了打开可口可乐的销售局面，阿萨迅速改变宣传方向，提出可口可乐是一种人人都可以饮用的清凉饮料，是人们日常的必需品。

这一宣传方式的改变奠定了可口可乐在人们心目中的定位，从而赢得了空前的市场空间。

可以说，可口可乐的成功很大程度上要归功于阿萨的广告意识，归功于他对可口可乐的重新定位。

成功秘诀之三：广告战略 恐怕世界上还没有一种产品，能像可口可乐那样拥有如此高的知名度。

不管你走到世界的哪个地方，似乎都能看到它的“身影”：使人过目不忘的Coca—Cola的标准字体、白色水线和红底色的图案；对各种大型体育活动的赞助等。

而且这一切又都会使人联想到那具有特殊口感的饮料。

作为一种可乐型的饮料，可口可乐并无什么特别出众之处。

但是在如今充满激烈竞争的世界饮料市场上，它为什么能为全世界消费者所青睐呢？主要有以下几点：1. 统一视觉标志，企业形象对于任何一个企业来讲，其资源都是有限的，问题在于如何有效地运用和开发资源。

在企业形象的塑造上，同样也有一个运用最少的资源开支获得最大效益的问题，可口可乐的成功奥秘之一就在于它选择了一条以一贯的统一的视觉形象，来宣传企业形象的道路上。

2. 为了使可口可乐的形象深入人心，可口可乐公司不惜花费巨资做广告宣传，每年在广告上的支出达6亿美元。

可口可乐的创始人有一句名言：可口可乐99.61%是碳酸、糖浆和水，如果不进行广告宣传，那还有谁会去喝它呢？

3. 开展各种活动，树立可口可乐形象，一直是可口可乐公司的拿手好戏。

成功秘诀之四：质量稳定 产品的质量，是由一定的标准衡量其高低的。

但是，不同的商品有不同的衡量标准，还有不同的价值观念，对商品的质量标准也有分歧。

总的来说，质量的标准应由市场来鉴定。

所以经营者对商品的质量改造，绝不能盲目和主观臆断。

可口可乐的经营者可以说是一贯注重产品的质量的，这是其百年不衰的主要原因之一。

## <<36家跨国公司的创业之父>>

当阿萨·坎德勒从彭伯顿手中买下可口可乐的专利时，他根据市场的需求，把这种糖浆式饮料兑入自然水后，再加入天然材料，配成所谓“7X配方”，从而博得了世界各地消费者的欣然接受，消费迅速增加。

可口可乐的“7x配方”是其质量的支柱，产品质量能保持稳定，全凭此配方。可见，消费者所接受的可口可乐，是基于配方的质量……今天，可口可乐公司已经拥有118年的历史，同时它也是全球最大的饮料生产及销售商，拥有全世界最畅销五种饮料中的四种：可口可乐、健怡可口可乐、雪碧和芬达，公司旗下的产品超过100种。目前全世界近200个国家的消费者每日享用超过10亿杯可口可乐公司的产品。

## <<36家跨国公司的创业之父>>

### 媒体关注与评论

他们的成功体现着优于他人的品格、卓尔不群的智慧、永往无敌的胆识、积极求变的创新意识和高瞻远瞩的眼光。

他们使一个个小企业、小公司、或是濒临破产的企业起死回生，由小到大，进而成长为对世界经济举足轻重的企业巨鳄，而他们自己也成为人们顶礼膜拜的创业楷模。

这些品质正是普普通通的平凡人可以拥有、可以借鉴的东西，打开本书，从他们的创业历程中，我们会看到：这些优良的品质是如何在一个人身上闪光的，而他们又是如何将其闪光点融入企业的成长兴衰中，进而推动企业的成功。

你还会发现：他们的创业将不再是天方夜谭的神话、不再是不可复制的模板，每一个脚印都有据可查、每一笔财富都充满了借鉴的经验。

成功并不遥远，它只缺你投入地学习与仿效、只缺你忘我地研磨。

<<36家跨国公司的创业之父>>

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>