

<<坐大>>

图书基本信息

书名：<<坐大>>

13位ISBN编号：9787802225855

10位ISBN编号：780222585X

出版时间：2008-5

出版时间：中国华侨

作者：葛三备

页数：228

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>

<<坐大>>

前言

很多企业家都希望把自己的企业做大，的确，企业的“大”似乎就意味着企业的“强”。既然企业家们喜欢“大”，那我们就来说说这个老生常谈的问题。可是把企业“做大”已经被人说过无数次了，读者看起来就会有一种视觉疲劳，这是我不愿意看到的。

于是，我还是想到了“大”，只是这个说法要怎样说才能具有新意。

“大”难道只能是“做大”吗？

对于企业，它可以是别的什么“大”吗？

于是，我想到了如何把企业“坐大”！

此“坐”非彼“做”，“坐”大意味着定位、坐标、坚持，企业只有坐稳、坐实、坐住，才能日渐“坐”大。

现实社会中，有很多“大”企业往往徒有其表而没有强劲的竞争力！

这些大而不强的企业就像一个心脏有问题的人一样，没有了“心”，人还能活得长久吗？

所以，心脏不好的企业难以做强、做久。

那么企业怎样才能做强做久呢？

首先就要学会坐，坐稳了开爬，进而才能学走。

如果还没有学会“坐”稳，就开始往前冲，肯定是要摔跟头的，因为它还没有学会如何平衡。

很多企业家还有一个毛病，就是自认为自己的企业足够强大，有资本、有实力，还可以再大一些，最后发展到为了“大”而大。

于是，那些膜拜“大”、一味求“大”的企业，追求大品牌、大市场、大企业；并购、扩张、夸夸其谈。

可是这样的企业真的做大了吗？

君不见，秦池败北，春都花谢，格林科尔解体，巨人黯然倒下，三株、爱多陨落成旧事陈谈。

因此，如何“大”、怎样“大”就摆在了很多企业家的面前。

大要大得稳，大要大得实，不稳不实的企业即使再大也不会长久，中小企业也同样如此。

对于企业来说，坐稳坐实就是要懂得怎样去选择——如何定位，如何坐稳，在战略、产品、品牌、渠道、运营、服务与培训等方面如何精耕细作地经营。

由此可见，企业真正的“大”是一条很艰辛的路。

在这条路上，你要清醒地认识自己，这个认识就包括认识自己的实力水平、发展阶段、阶段目标等等。

只有这样，企业本身的实力 and 市场需求才会达到一个相对的平衡。

有了平衡点，企业才能健康持续地经营和发展，才能“坐”稳这个“大”！

因此“大”重在“坐”，而不是“做”，关键在于这个“坐”字。

企业只有“坐”得稳，“坐”得实，“坐”得住才能日益“坐”大！

如何“坐”呢？

本书从战略与决策、渠道与市场、产品与品牌、服务与营销、管理与运营、培训与开发的角度一一介绍，目的就是要让各个企业的管理者们从这些方面明白：企业不仅仅只有“大”，它还必须有“坐”，这些方面坐稳了，企业才能谈得上好。

因为好不同于强大，强大是外在的东西，好却是内在的，企业好了才能长久，才可能有百年甚至几百年的老店存在于市场中。

当然，本书只是一个媒介，每个人的思想观念都是不同的，本书的目的就是要提供给读者一种思想观念转变的契机，让读者慢慢品味。

<<坐大>>

内容概要

此“坐大”非彼“做大”，重在“坐”，而不是“做”。

“坐”大意味着定位、坐标、坚持，并让企业日渐“坐”大、坐稳、坐实、坐住。

内容包括：决策、战略定位，市场细分，营销战略与竞争定位，品牌定位，(新)产品定位。

针对价格、服务、竞争者、受众群体和风险等的定位，渠道、供应商、经销商(零售商)的定位和知识定位等。

作者简介

葛三备，世华集团董事、世华集团发展战略委员会委员、上海世华坐标管理咨询公司总裁、苏州世华管理咨询有限公司总经理。

精品课程：《高绩效团队建设——赢在中层》、《职业使命——从优秀迈向卓越的成功通道》。

培训特色：葛三备老师在从事教育训练行业的6年时间中，一直聚焦于企业《高绩效团队建设》、《职业使命》等课程的研究与实践。

演讲超过380余场，直接听众达6万余人。

其所授课程幽默风趣、深入浅出，让学员在互动体验中发现自身问题并校正方向，有效地触动数以万计的学员重新定义自己生命的价值与意义，并协助百余家企业突破经营瓶颈，打造出言出必行、行之必果的高绩效团队，深为企业家所信赖和推崇。

书籍目录

前言
1、比较与诠释 1.1 所谓“坐”大 “坐”与“做” 大与小 “坐”大与“做”大 1.2 坐标与定位 支撑企业的两个坐标轴 寻找原点：企业定位法则 1.3 层级形态：深坐浅坐 “坐”得恰如其分 智猪博弈 管理坐态 1.4 稳如泰山 企业坐相：平衡法则 坐稳江山：基业长青
2、战略与决策 2.1 战略的胆与识 竞争导向 市场导向 成本导向 创新导向 2.2 坐稳之基础：资源分析 现有资源分析 企业资源规划 2.3 超越主流的智慧 学习直觉 领导者的决策智慧 2.4 风险决策 风险分析 风险防范 2.5 动态战略与聚合 动态战略能力 聚焦与聚合
3、渠道与市场 3.1 蜕变 渠道博弈 稳坐钓鱼台 3.2 市场选择 领跑或跟随 由此及彼与非此即彼 3.3 坐稳供应链 供应链让企业“坐”不住了 批准座位
4、产品与品牌 4.1 坐之灵魂：产品力 打造产品力 产品创新 4.2 品牌构建 CIS精髓凝注归属感 品牌架构与拉动 4.3 品牌之战 抢跑与防守 广告与窄告 品牌延伸
5、服务与营销 5.1 找到目标客户 融化CRM的冰山 客户细分 5.2 营销坐态 把握深度分销尺度 转变中的角色 5.3 服务用嘴不如用心 铺心>铺货 服务创新
6、管理与运营 6.1 知识管理 6.2 项目管理 6.3 质量管理 6.4 库存管理 6.5 流程再造
7、培训与开发 7.1 培训需求分析 7.2 授之以渔 7.3 员工职业发展 7.4 绩效管理修炼后记

章节摘录

1、比较与诠释 思考 企业到底是要“坐大”还是要“做大”？

任何一个企业在创办之初，都希望有朝一日能够做大做强，可最终又有几个能真正做大做强呢？据统计，中国的集团公司平均寿命只有7~8年，中小企业的平均寿命更短，只有2.9年。

中国的企业中，每天有1.2万家倒闭，每分钟有近10家关门。

非但中国如此，据调查，排名《财富》杂志世界500强的企业从产生到衰亡，平均寿命只有40~50年；美国大约有62%的企业寿命不超过5岁，只有2%的企业寿命能达到50岁。

为什么会出现这样的状况呢？

究其原因，大多数企业在片面追求大而强、大而全的时候只注重于“大”，而忽视了“坐”——稳、实！

由此，想到了一个故事： 故事 一个小职员正赶着去公司参加一个重要的会议，这次会议事关他能否升职，所以一定不能迟到。

糟糕的是，会议当天他的闹钟坏了，以致于他起床时还差半个小时会议就要开始了。

匆匆地拦了一辆出租车，他对司机说：“师傅，我很赶时间，拜托你抄最近的路走！”

司机问道：“先生，是抄最近的路，还是抄最快的路？”

小职员好奇地问：“抄最近的路不就是最快的吗？”

“当然不是，现在是上班高峰，大凡能够抄近路的路都会交通堵塞。

你要是赶时间的话最好绕道走，虽然多走一点路，却是最快的方法。

于是小职员选择走最快的路。

途中他看见不远处一条街道交通拥挤不堪，司机笑说那就是人们喜欢选择的捷径。

果然，司机带的路畅通无阻。

虽然路程较远，但节省了时间，小职员按时到达了会场。

人总喜欢走捷径，认为捷径可以用最小的体力最快地达到目的，所以满眼满耳看见、听到的都是投机、炒股、买彩票等等，希望一口吃个胖子。

<<坐大>>

编辑推荐

坐稳才能坐久，并日渐做大。

坐稳坐实就是要懂得如何定位，表现在战略、产品、品牌、渠道、运营、服务与培训等方面。

有了正确的战略和决策，还要有定战略的“胆”与“识”，才能让企业日益“坐”大。

“人是铁，饭是钢”，渠道和市场就是企业的“饭”。

没有“饭”，企业不可能百炼成钢！

品牌是一个好东西，但品牌也是让企业变懒的坏东西。

不研究产品，卖不好产品。

找到目标客户，引起客户的兴趣，掌握客户的心理，获取客户的信任，成为企业销售成功的关键步骤。

“种瓜得瓜，种豆得豆”，企业只有先把自己内部的管理与运营搞好，企业稳定平衡的坐态才能实现，“大”才有可能。

企业要“坐”稳这个“大”，仅仅做好战略决策、渠道市场、服务营销和管理运营还不够，还要做好对员工的培训与开发。

理想和抱负都是在脚踏实地的基础上爬上最高峰的，如果没有先坐稳的耐心和毅力，你的企业永远都不会真正大起来。

在这个越来越凭智慧、凭细心赢得市场的环境中，真正明白如何“坐”的企业才会站在赢家的位置上，才能对于企业的最终走向有一个更好的把握。

那么，如何“坐”呢？

《坐大企业运营大道》从战略与决策、渠道与市场、产品与品牌、服务与营销、管理与运营、培训与开发的角度一一介绍，目的就是要让各个企业的管理者们从这些方面明白：企业不仅仅只有“大”，它还必须有“坐”，这些方面坐稳了，企业才能谈得上好。

因为好不同于强大，强大是外在的东西，好却是内在的，企业好了才能长久，才可能有百年甚至几百年的老店存在于市场中。

<<坐大>>

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>