第一图书网, tushu007.com

<<麦当劳传奇>>

图书基本信息

书名：<<麦当劳传奇>>

13位ISBN编号：9787113078423

10位ISBN编号：7113078427

出版时间：2007-4

出版时间：中国铁道

作者：李延龙

页数：113

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

第一图书网, tushu007.com

<<麦当劳传奇>>

前言

很多时候，我也总在想是种什么样的力量促使自己每天能孜孜不倦看那么多文字而从不厌烦，一个曾经以重新排列组合文字为生的人来说，阅读是快乐之源。
说来也是奇怪，在营销这个最讲究创意的专业领域，无论是国内还是国外，有价值的著作屈指可数，大多数的理论性书籍平庸无趣，一如当前弥漫中国营销界的氛围，读了之后只会对这个行业越来越没信心。
也很好理解，在这个变化莫测的年代，多的是浮躁、忽悠，缺的是思想，是真正的文化。
《麦当劳传奇》一书的手稿，是我在年前看到的，那时涌起的阅读快感使我一口气阅读完所有的文字。
直到现在，我其实也不能很好的给李延龙一个定位，或许现实主义或者先锋都不确切。
他文章的取材是如此富于现实性，而文字的表现手法又很具有前卫和实验意义。
我的思绪总是会被不断的扯裂：字里行间，我总是看到一些李延龙的远距离描述自身的勇气和睿智。
这实在让我惭愧和钦佩。
经历并不仅仅是用来经历的，主要是用来审视和表达的。
这种表达已经不是传统意义上的记录，而是一种经过后认知所形成的重新演绎，这时的经历被赋予了意识形态更多的参醒和领悟，以及对物质世界欲望层次的归纳总结。
李延龙的人生本就是一本书。
他先打工、而后任上海绿谷营销经理、上海铂策划副总经理、蜥蜴团队上海首席运营官，现在则是吸纳中西营销思想、极富实战经验的营销咨询专家。
由于有多年医药行业的经验，擅“望、闻、问、切”，现在则得心应手的解剖现代营销问题，而多年大刀阔斧的营销实践与细致审慎的行“医”生涯，形成了独有的李氏研究风格，“李氏营销理论”因之也破茧而出。
这本《麦当劳传奇》，当是延龙先生小试的第一把“牛刀”矣。
通过麦当劳企业的商业智慧，尝试引领我们找到一个现代企业可持续增长的魔盒。
如今，中国营销界格局巨变，正在改写新的游戏规则，同时在宣告中国营销资源重新整合已经渐人佳境。
麦当劳以洋快餐的形态，平生缔造了一个传奇般的商业营销神话。
那么又是谁，赐予了它这样一个魔力？
看中国营销时代的沉浮，我们不能否认，营销必须变革，必须寻找到自己的魔盒。
而以“市场为导向、服务为导向、增长为导向”的三个原则，是当今中国企业营销变革的根本。
本书传达的一个重要理念是：在从以竞争为中心到以顾客为中心、从广告为王到以渠道为王中国市场的巨变中，如何看待和进行商业创新；有因变而死，有因变而生的企业。
作者以麦当劳为案例，抛开传统思路、行业法则，给读者的是一种突破并推翻市场定则的策略性思考技术，放之四海，眼界之宽阔，论点之独特，颇令人振奋。

第一图书网, tushu007.com

<<麦当劳传奇>>

内容概要

1984年1月14日，麦当劳的创始人雷蒙德•克罗克（Raymond A.Kroc）与世长辞，但是他所缔造的麦当劳神话却继续在全世界演绎着它的传奇。
同年，公司突破100亿美元销售大关，出售其第500亿个汉堡。
　从1955年开始，以经营汉堡包为主的美国麦当劳快餐店已经成为了名副其实的“ 世界厨房 ”。在这个厨房里，每天生产着4000万个麦当劳汉堡；最快的时候，每隔3小时就会在世界的某一个角落矗立起一面崭新的金黄色“ M ”招牌；在世界120多个国家和地区已经开设了3万余家连锁餐厅，有麦当劳餐厅的国家和地区的数量甚至超过了联合国的席位；每天，有4600万名顾客走进麦当劳的金色拱门；作为世界十大最有价值品牌之一，它的品牌价值达252.9亿美元。
而所有的这一切，都要归功于克罗克。
　通过克罗克的传奇经历，本书为读者阐释了麦当劳神话背后的商业智慧。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

李延龙，中国老年保健协会保健与长寿专业委员会副秘书长，兼营销策划部主任，利剑营销机构总裁，实战派职业经理人，资深营销管理专家，资源整合专家，《销售与市场》专栏作者，华夏营销传播网、中国营销专家网、国际市场总监网、博锐管理在线专家网特约专家，具有十余年的销售实战、营销管理、渠道建设、会务营销、招商管理经验。

多年奋斗在销售管理第一线，曾在合资、民营、国有、台资等多家（集团）公司、国内知名企业服务，历任部门经理、地区经理、省级经理、市场总监、常务副总经理、总经理等职务，多次获营销策划创新奖，兼任多家销售公司顾问。
擅长于销售管理、传统渠道操作与会务营销管理、市场执行、资源整合、企业培训、招商管理、广告策划与执行等。

第一图书网, tushu007.com

<<麦当劳传奇>>

书籍目录

第一章 执著与坚持 第1节 梦想家丹尼 第2节 疯狂青年 第3节 累并充实着 第4节 杰出的推销员第二章 冒险与追求 第1节 人生的第一桶金 第2节 结缘麦当劳 第3节 有待挖掘的金矿 第4节 模式初成第三章 三十年磨一剑 第1节 玩命的创业者 第2节 靠什么赚钱 第3节 脱离麦当劳兄弟 第4节 公司上市第四章 用人唯才 第1节 慧眼识“珠” 第2节 广纳良才 第3节 挖掘员工的潜力 第4节 选好接班人第五章 逆境中成长 第1节 危机与机遇并存 第2节 加州之痛 第3节 持牌人联盟风波 第4节 黄金搭档分离第六章 梦想与传奇 第1节 当英雄遭遇美女 第2节 重出江湖 第3节 棒球圆梦 第4节 路边餐厅到快餐集团

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第一图书网, tushu007.com

媒体关注与评论

大商业就是大智慧，成功的经营一定有过人的智慧。
《麦当劳传奇》一书透视麦当劳的商业智慧，能给不同经营者以启迪。
——《红楼梦中人》导演、2006《平安中国晚会》导演 李代标

成功并非一定要才智过人，但需要慧眼独具和执著。
一步一个脚印，塌实并努力，不懈地追随自己的梦想，幸福自然会钻进你的口袋。
——《管理学家》杂志执行主编 慕云五

实战的细节加上从大处着眼思考问题的方法，成为作者的独到之处，也是他为什么能够高屋建瓴的分析问题、解决问题的根本。
——原绿谷集团第一副总裁 徐辉

麦当劳是一个传奇，中国营销也需要传奇。
作者从麦当劳的背景出发，其实是在写一本奋斗史，从中可以发现我们缺少的东西，愿更多的中国营销人可以从中获益。
——中国老年保健协会保健与长寿专业委员会常务副秘书长 巢小荣

第一图书网, tushu007.com

<<麦当劳传奇>>

编辑推荐

大商业就是大智慧，成功的经营一定有过人的智慧。
《麦当劳传奇》一书透视麦当劳的商业智慧，能给不同经营者以启迪。
《红楼梦中人》导演、 2006《平安中国晚会》导演 李代标成功并非一定要才智过人，但需要慧眼独具和执著。
一步一个脚印，塌实并努力，不懈地追随自己的梦想，幸福自然会钻进你的口袋。
《管理学家》杂志执行主编 慕云五实战的细节加上从大处着眼思考问题的方法，成为作者的独到之处，也是他为什么能够高屋建瓴的分析问题、解决问题的根本。
原绿谷集团第一副总裁 徐辉麦当劳是一个传奇，中国营销也需要传奇。
作者从麦当劳的背景出发，其实是在写一本奋斗史，从中可以发现我们缺少的东西，愿更多的中国营销人可以从中获益。
中国老年保健协会保健与长寿专业委员会常务副秘书长 巢小荣

第一图书网, tushu007.com

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