

<<赢之道>>

图书基本信息

书名：<<赢之道>>

13位ISBN编号：9787115279651

10位ISBN编号：7115279659

出版时间：2012-5

出版时间：人民邮电出版社

作者：大卫·琼斯

页数：169

字数：120000

译者：苏立

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>

## 内容概要

《赢之道——社交网络时代下的企业制胜守则》将2010-2020年称为企业发展的3.0时代，3.0时代最大的特点就是社交媒体的作用日益显现。

全书结合3.0时代的危机和机遇，深入总结了企业经营制胜的关键在于行善、盈利两不误。

书中具体阐述了企业营销新规则、新时代的领导力、微博时代的协作与共享等内容。

鉴于作者所处行业以及他个人独特的视角，读者在阅读本书时，对于其中的一些观点、案例等应加入自己的思考，有选择性地接受。

《赢之道——社交网络时代下的企业制胜守则》适合企业家、企业中高层管理人员、社交媒体从业人员以及对此感兴趣的其他读者阅读。

## 作者简介

作者：(美国)大卫·琼斯(David Jones)译者：苏立

大卫·琼斯(David Jones)，被世界经济论坛(World Economic Forum)评选为全球青年领袖(Young Global Leader)的大卫·琼斯(David Jones)先生是一位赋有远见卓识、积极推动企业责任与社会变化的倡导者。琼斯先生执掌汉威士(HAVAS)与灵智(Euro RSCG)两大传媒集团，是国际广告业界有史以来最年轻的全球首席执行官。他大力倡导由前任联合国秘书长科菲·安南(Kofi Annan)先生发起的、总共受到全球1,800万人支持与响应的、被誉为史上最成功的公益活动——TckTckTck(全球气候联盟)活动。

琼斯先生也是环球青年领袖大会(One Young World)的创始者，环球青年领袖大会(One Young World)被美国有线电视新闻网(CNN)称为“青年达沃斯论坛”，它是一家非赢利性机构，致力于将世界各地的青年精英团结在一起，共同推动全球积极的变化。琼斯先生还是“社会商机理论(Social Business Idea?)”的创造者及2011年12月全球上市的畅销书《Who Cares Wins: Why Good Business Is Better Business》的作者。自2007年开始，琼斯先生与英国现任首相戴维·卡梅伦(David Cameron)及英国保守党(U.K. Conservative Party)密切协作，并协助其最终赢得2010首相选举。

大卫·琼斯先生是脸谱网(Facebook)的客户理事会(Client Council)成员，于2005年获颁美国广告协会卓越成就奖，被《全球广告周刊》杂志(Adweek)读者评为本10年内全球最杰出的企业领导人，并于2011年被《Corporate Responsibility (CR)》杂志提名为年度最具社会责任的首席执行官，同时被著名的商业周刊《Crain's New York Business》及《广告时代》(Advertising Age)杂志收录至年度40位40岁以下商业明星榜单。

## 书籍目录

## 第一章做有良知的企业

社会责任时代的到来

现代企业的三个阶段

坏孩子的榜样

新时代的推手——社交媒体

将社会责任纳入企业的战略核心

巨无霸型企业的世界影响力

企业经营新准则——全方位透明

主动出击，而不是坐以待毙

消费者并不总是对的

在竞争角逐中脱颖而出

未来3.0企业新主张：打造基业长青的企业

## 第二章社交网络时代的营销新规则

社交网络时代的品牌塑造

完美的创意

未来3.0企业新主张：品牌营销新规则

## 第三章社交网络时代的领导力

你无法置身事外

企业经营者所面临的挑战

新时代的成功领导者

BP公司前任CEO败走麦城

新时代应对危机的良策——快速、诚信、透明

社交网络时代需谨言慎行

苹果公司应对社交媒体时的拙劣表现

企业领导者的忧患意识

提高员工的参与意识

企业领导者是否该和员工互相加为好友

社交媒体所涉及的法律问题

企业制定社交媒体使用制度的迫切性

寻求创造价值而不是掌控全局

当好社交网络时代的企业领导

未来3.0企业新主张：如何成为社会型企业领导者

## 第四章创造美好：社会型企业家的崛起

社交媒体企业家

从生产主导到消费主导

来自世界级大公司的社会型企业家

敢以社会责任为先

社会责任与社交媒体的交集

建立社会型企业面临的挑战

不差创意却差钱

社会型企业的未来之路

未来3.0企业新主张：来自社会型企业先行者的十大建议

## 第五章微博时代的变革：协作共享

与消费者共赢

企业—消费者共同体：从开发新产品到开发社会型产品

<<赢之道>>

从B2C到C2B

一场去工业化革命

通过合作提升产品体验

联合消费——团购的魅力

数字科技的无穷力量

负责任的消费

成就大我

集众人之智慧

问题解决新模式——分享问题

合作的新世界

未来3.0企业新主张：集体的力量

第六章企业3.0时代：社会型企业主张

社会型企业主张

社会型企业主张推出三部曲

社会型企业主张的典范

未来3.0企业新主张：社会型企业主张内涵

第七章赢在3.0时代：赚钱有道

千载难逢的机遇

崛起的消费者

绿色资本家

社会责任的未来之路

企业3.0时代发展之道

#### 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>