第一图书网, tushu007.com

<<当购买成为习惯>>

图书基本信息

书名：<<当购买成为习惯>>

13位ISBN编号：9787303080717

10位ISBN编号：7303080716

出版时间：2006-07-01

出版时间：北京师范大学出版社

作者：(美)乔·卡洛威

页数：197

译者：霍黎敏

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

在激烈的市场竞争下，产品和服务变得容易被替代，价格也因此成为顾客选择的决定因素。
除非你能给他们提供从其它任何地方都买不到的东西，他们才不会被别人的低价所吸引。
因此，商业的着眼点应该超越商品本身，创造出价格之外的客房忠诚度。
在这本书中，著名的商业咨询专家乔·卡洛威通过实际的商业案例，告诉企业如何打破价格怪圈，提升持久的竞争力。
　成为必不可少的公司，让消费者离不开你，把产品和服务从可替代品变成必需品，是各个行业不同规模的企业追求的目标，作者在书中总结并阐述了五个推动力，足以帮助企业迅速找准方向，进入可持续发展的良性循环中。
　书中包括顾大量的案例分析，实地访谈，以及更多卓有成效的商业理念和创意，这些正是当今富有远见的商业人士所需要阅读的。

作者简介

乔·卡洛威，是一个炙手可热的企业顾问，著名的品牌和竞争定位领域的专家，接受过他的咨询的客户来自传媒业，酒店业，IT业和 银行业等各个行业，其中不乏宝马和美国运通等著名公司。

他以商业发展趋势为题的全球巡回演讲使得他被列入美国名人堂（Hall of Fame）的国际演讲大师名录。

乔·卡洛威之前曾著有Becoming a Category of One一书，目前和妻子、女儿居住在美国田纳百州。

书籍目录

序言第一章 成为默认的选择第二章 五个驱动力第三章 创造联盟第四章 案例研究：Deluxe第五章 六个新的基本要素第六章 案例研究：W旅馆第七章 案例研究：吉特默第八章 显而易见却常被忽略第九章 恰当的地点——恰当的时间第十章 案例研究：薄烤饼食品店（Pancake Pantry）第十一章 全局观第十二章 变得必不可少的二十八个教益第十三章 可重复的流程第十四章 停止道歉——开始工作第十五章 案例研究：LawTalk第十六章 顾客决定你的成败

章节摘录

书摘单调的成功　当我跟拥有一大群忠实顾客的极其成功的公司老总们谈话时，他们说的都是同一个话题。
这个话题是人所共知的，甚至说起来都令人厌倦。
令人有点吃惊的是，如果你不认真思考这个话题，那么他们的话听起来甚至有些像陈词滥调。
“这并不难。
”　“这是对人的管理。
”　“只是处理一些关系而已。
”　“我们对雇员们很好。
”　确实，如今的企业经营十分复杂，远不是那些陈旧的古训所能概括的，不是吗？　作为世界上部分最优秀公司的顾问和观察员，25年来，我得到一些无可辩驳的、合理的、无论你喜欢与否都是事实的结论：在市场上取得成功的公司中，大约有90%都拥有我所说的“五个驱动力”。
确实存在一些因素，能够使公司取得更高的成就?他们就是那些能够区分高下，缔造出市场上的赢家的因素。
他们就是那些能使你变得必不可少、帮助你成为顾客生活不可或缺的公司的因素。
　请注意，我说的是：五个驱动力对于90%的公司奏效。
我说的那些因素远远超过了经营企业的首要的、最基本的要求。
当然，你必须有优质的产品；你的产品的价格必须有竞争力；你必须提供优质的服务。
但这并不是本书要探讨的。
我并不是说它们不重要。
它们很重要。
他们只是最低限度的要求，只是基本要求。
　此外，如果你拥有更出色的、或者独一无二的产品，那么你就会非常与众不同，市场就是你的了；或者如果你的定价最低，取得了价格上的竞争优势，那么你将获利丰厚；如果你能在服务上胜人一筹，提供其他任何公司都无法提供的服务，那么你的公司必定会顾客盈门。
然而，事实上，对于我们99%的公司而言，竞争对手确实提供了相当好的产品、价格和服务。
所以，如果我们想要在竞争中获胜，成为顾客们不可或缺的公司，那么，我们必须超越竞争对手。
没有模板　说到这儿，我怀疑你们中肯定有些人会不屑一顾，说：“嗨，别老生常谈了。
你想要的是一个模板，你可以按照它来经营你的公司，开无数个盲目的会议来制订企业发展战略。
你知道结果是什么吗?你将陷入困境，因为不存在模板。
存在的是五个驱动力，我所见过的每一个成功的公司都用这五个驱动力达到了成功之巅，舍此别无它途。
无论你经营的是面对顾客的零售业，还是面对商业客户，这五个驱动力都同样有用。
无论你经营的是保险业、餐饮业(我经营着一家饭店)、制造业、卫生保健业、咨询业(我从事这一行)、航空公司，还是销售或制造汽车、经营会计公司、烘烤面包、制造烛台，这五个驱动力都会奏效。
　如果你想从困境中解脱出来，那么在某个时刻，你需要停下来，然后开始创造五个驱动力。
开始吧!记住，这可不是我的主意。
本书中提到的都是成功的公司，从Target到奥普拉——奥普拉·温弗瑞这个女人不只创造了巨大的数字，而且是非常炫目的数字。
从奥普拉的例子中可以得到令人难以置信的教益。
你的版本是什么样的？本书中将要反复提到的一个问题是，你需要有能力向其他人，而不仅仅是同行的其他公司学习。
……P12-13

媒体关注与评论

书评价格战是现今企业界都不得不面对的一个话题，几乎所有的营销总监离开价格战都不知道如何继续他们的工作。
我建议为了未来的工作，营销总监们和想要成为营销总监的人士都可以看看这本书，看看我们如何找到价格之外的营销利器。
——俞雷营销专家，《最糟糕情况下的营销》作者　求索人，就可以求索商业世界。
迎接全球化挑战的中国的企业，需要从《当购买成为习惯》这样的书中，学一点入微的视野。
真正抓住最能打动客户的触点，找出使你的产品和服务无法被替代的理由。
——王育琨著名管理专家，《全球化之舞》作者　这本书的意义在于，可以将中国的企业从价格战的泥沼中解脱出来，学习让消费者离不开你的方法，从五个方面，帮助企业迅速找准方向，建立可持续发展的企业核心竞争力。
——尚丰营销专家，中国实战营销网CEO

编辑推荐

想一想你生活中离不开的公司，我们都至少有一家这样的公司。
它可能是短途货运船舶的提供者，也可能是为你的办公提供便利的互联网公司。
他们赢得你的订单与持续的忠诚的秘密是什么?他们是如何做的?最重要的是，他们做的哪些事也是你在对待你的客户时应该做的?怎样才能成为必不可少的公司呢?秘密何在?　　本书将揭晓答案。
作者研究了成为顾客们完全必需的公司的重要因素，并通过实际的商业案例，实地访谈，以及更多卓有成效的商业理念和创意，告诉企业如何打破价格怪圈，提升持久的竞争力。
本书可以帮助中国的企业从价格战的泥沼中解脱出来，适合当今富有远见的商业人士阅读。

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