第一图书网, tushu007.com

<<誉商>>

图书基本信息

书名：<<誉商>>

13位ISBN编号：9787501764563

10位ISBN编号：7501764565

出版时间：2005-1

出版时间：梁萍 中国经济出版社 (2005-01出版)

作者：梁萍 编

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

内容概要

国内著名的成功学院院长甘霖先生说过：“ 环境是难以一时改变的，有的甚至是不可改变的，但人们对环境的态度是可以掌控的，这就给每个生命提供了自由成长的巨大空间。
”
实现自己的理想，做一个成功的富商，已成为当今中国很大一部分人士前进的方向。
因为他们已真正认识到强国富民才是振兴中国的重要策略。

有言道；无誉不成商，无艰不成商，无巧不成商。
《誉商》、《艰商》《巧商》成为人们跨跃商界龙门的“ 三重门 ”。
本书从这“ 三重门 ”出发，以一个个生动的故事揭示了推开这“ 三重门 ”的最佳途径和有效方法。

《誉商》一书告诉人们，信誉对于一个成功的企业家或商人，是多么重要。

《艰商》是拔开富豪的迷雾，让人们看看富豪成功的又一秘密。
大凡世界上有所成就的人，都经历过一番寒彻苦的。
巨商的成功更是如此。
有资料研究表明世界上的富豪80%都是草根阶层出身，他们创业时往往学历不高，也无资金，他们都是靠着“ 不怕吃苦 ”的坚韧精神，白手起家，最后成为了令人羡慕的富豪。

而且，没有哪位巨商天生就是巨商，他们都是普通人，他们的成功秘诀就在于他们敢于面对失败和挫折，能够勇往直前跨越逆境。

有道是商场是战场。
商场上涌现出来的智慧绝不亚于一场战争的智慧，如何在商战中取胜并成为常胜将军，就要会运用“ 巧 ”计，这也是每一位成功的商界巨子所必须具备的素质之一。

在商界游戏规则下，如何巧借力量发展企业，如何以小搏大，以弱胜强，超常发展企业，《巧商》给我们展示了一个令人拍案叫绝的智慧图谱。

希望广大读者能从《誉商》《艰商》《巧商》中受益多多，能够跨过这“ 三重门 ”，成为未来商界巨人。

作者简介

梁萍，毕业于南京师范大学，做过教师、记者、编辑。
出版作品：文艺类：小说集《幻日》、散文集《随风漂荡》。
畅销类图书：《66位名人的早期家庭教育》、《如何激发孩子读书和学习的兴趣》、《天才启动工程》、《儿童早期教育法》、《怎样保护好你的婚姻》、《职场竞争手腕》、《老百姓健康指南》、《老百姓健康咨询》等。

书籍目录

总序第一章 全球第一CEO韦尔奇引爆信誉革命　韦尔奇担任美国通用电器公司CEO之后，对该公司经营方式进行了地震式的颠覆。
他把通用电器公司由制造业向信誉服务业转变。
由于服务带来的盈利超过了原来产品销售的一半，从而震惊了整个世界。
并在世界范围内引爆了一场信誉革命，许多传统型企业纷纷向信誉型企业转变。
开辟具高附加值的信誉服务　金融信誉服务获利暴增　推行“六个标准差”质量行动第二章 全球第一女CEO费奥莉娜瞄准信誉革命　费奥莉娜掌管着年收入500亿美元的惠普公司，她领航惠普之后，受到韦尔奇的影响，而瞄准信誉服务经济。
她实行“把沙漠变成草原”的战略，即全面电子化服务；又实行“把自己从骆驼变成狮子”的战略，即全面客户服务模式。
她的目光更“辣”，“客户是上帝”，一般人理解为客户买我的东西时是上帝，而她主张永远是上帝。
全面客户体验的个性化信誉服务　以客户为中心的柔道式信誉服务　全面质量管理的标准化信誉服务第三章 全球首富彼尔·盖茨营销服务信誉术　比尔·盖茨这位微软帝国的管理大师，把营销服务术导入信息产业。
他强调客户中心管理，坚持贴近消费者，实行了以产品服务信誉支持市场营销，以客户的反馈信息定产品开发等一系列突破性变革。
聆听客户声音的信誉服务术　直观的五步走信誉服务推销术　以产品服务支持营销的信誉服务术　第四章 经营之神松下幸之助以信誉培养松下长大　松下幸之助十分重视企业的信誉作用。
他说：“当我们做一件事时，信誉可说是非常重要，信誉可说是无形的力量，无形的财富。
但这并非一蹴而就，而是在长久的日子里不犯错误，经过实际行为的积累才能逐渐得来的。
然而这般辛苦建立的信誉要丧失却很快，小小的错误也会造成致命伤，这就是这个时代的特征。
”　招牌是企业生存的信誉服务　卖货品要像嫁女儿一样的信誉服务　使松下电器起死回生的信誉第五章 全球最具财力的大富豪堤义明的信誉课　堤义明这位日本的大富豪两度被《福布斯》杂志评为世界首富。
其资产近亿美元，是松下幸之助的倍，洛克菲勒的10倍。
他获取这样的财富与他的信誉营销有关，他的“营销十招”被誉为“威力无比的商业原子弹”，他把生意变成了信誉哲学。
把营销当作哲学的信誉服务课　包办居民生活相关消费的信誉服务课　给顾客最好的信誉服务课第六章 超级富豪李嘉诚的诚实是金的信誉之道　李嘉诚的名字有一“诚”字，他的最大资产也是“诚”。
他成为超级富豪的秘密就在于他会运作“信誉”的魔轮。
他曾对媒体说：一个企业的开始意味着一个良好信誉的开始，有了信誉，自然就会有财路，这是必须具备的商业道德。
就像做人一样，忠诚、有义气。
对于自己说出的每一句话，做出的每一个承诺，一定要牢记在心，并且一定要能够做到。
靠信誉挣来的第一笔生意　信誉是不可以金钱衡量的法宝　信誉先行生意为后第七章 中国IT教父柳传志的信誉培植战略　柳传志的父亲曾对柳传志说：“一个人有两样东西谁也拿不走，一个是知识，一个是信誉。
我只要求你做一个正直的公民。
”柳传志不仅在联想进行信誉服务培植，而且还扩张到把各渠道的合作伙伴都拉进来一起　营造一个共享信誉利益的磁场。
从信誉是金不换的资本培植信誉　　从客户效益第一联想效益第二培植信誉　从拥有守信的实力培植信誉　从服务跃上信誉平台培植信誉第八章 中国第一CEO张瑞敏树起信誉丰碑　一代世界名牌——海尔的诞生是从信誉创造市场开始的。

当张瑞敏睿智而准确地预见到短缺经济时代的生产和销售观念注定要被淘汰，企业所处的经营环境即将发生重大变化时，他率先抢占了信誉的制高点，将76台不合格的电冰箱砸掉，更新了人们观念中的信誉观，海尔的信誉丰碑由此铸成。
　星级服务是信誉丰碑的亮点　卖信誉而不是卖产品是信誉丰碑的闪光点　微笑曲线服务是信誉丰碑的迷人点　质量是海尔产品信誉丰碑的制高点第九章 史玉柱天地之间挥写信誉故事　当1997年巨人大厦没盖成，巨人集团瞬间崩塌之时，史玉柱宣布“ 老百姓的钱一定要还 ”。
为了这一承诺，史玉柱这位当代的英雄，面对着欠下的巨额债务，他没有跳海，没有逃避，以信誉为舟横渡败局苦海，开始了二次创业。
最后，终于还清了老百姓的钱，走出了谜局。
　比跳海更重要的是信誉　当信誉成为最后一局赌注时　信誉使他重生第十章 华为总裁任正非的信誉服务扩张战术……第十一章 金利来领带大王曾宪梓的创誉守信之路第十二章 索尼总裁盛田昭夫全球信誉服务思维方式 第十三章 世界首富坎普拉德信誉启示录

第一图书网, tushu007.com

媒体关注与评论

书评将报务视为通用电器公司未来盈利增长的关键。
满足和超过顾客的需要。
只要细心观察，廉会发现各类商品其实均有深得人心的信誉“哲学”。
要在第一时间为用户提供标准、快速的服务。
任何人力士，如果不是以正当方法在竞赛中争取胜利，将会令人伯望，人缘也将一落千丈。

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