

<<中小企业如何做强做大>>

图书基本信息

书名：<<中小企业如何做强做大>>

13位ISBN编号：9787508248691

10位ISBN编号：7508248694

出版时间：2008-2

出版时间：金盾

作者：武文胜

页数：223

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>

<<中小企业如何做强做大>>

内容概要

从小老板到企业家，是无数个创业者梦寐以求的。
本书从分析我国中小企业的现状出发，从理论与实践的结合上阐述了中小企业，尤其是小企业如何创新发展、做强做大的问题，具有通俗性、针对性和可操作性，可供中小企业经营者以至广大读者学习、借鉴。

<<中小企业如何做强做大>>

书籍目录

第一章 从小老板到企业家小老板与企业家的差异制约企业管理水平提升的关键企业发展瓶颈的突破发展与利益的抉择抓住企业管理中的关键如何比竞争者更高效化解企业内部的冲突善借外力谋发展打铁还需自身硬加强自我修养的锤炼学习——做强做大的根基第二章 从粗放经营到战略发展把握经营环境的脉动幸福集团由盛而衰的反思科学决策而非跟着感觉走以成本领先战略抢占先机做强的关键在差异化科技战略的变革新产品研发战略规避发展的陷阱实行网络战略拉紧风险这根弦第三章 从粗制滥造到质量控制缺乏社会责任的效益观念转变质量观念向顾客需求反馈系统的转变实施品质管理计划质量管理体系再造——六西格玛管理提升优质服务的关键因素第四章 从产品导向到市场导向以生产为中心的危机创新——小企业制胜的法宝成长的力量——确定目标市场产品策略找准价格的突破口赢在“避”、“借”、“联”营销的七大策略建立属于自己的销售领地策划恰当的促销活动突破销售瓶颈第五章 从任人唯亲到团队建设任人唯亲必损事业再造组织组建优秀团队给员工及时“充电”善于调动员工的积极性真诚沟通才能赢相互协调成就团队高绩效用企业文化感染员工确立一个有效的愿景第六章 从财务失控到财务管理变革财务管理抓住财务管理的软肋学会分析财务报表中的信息最佳融资决策融资赢在“谋借”远离融资的陷阱资金管理的陷阱控制住企业的存货第七章 从卖产品到创品牌增强品牌意识创品牌与OEM品牌定位品牌经营的五个阶段影响品牌战略的认识误区低成本运作品牌的策略局部制胜的品牌策略借政扬商，拓宽空间品牌低成本的传播方式

<<中小企业如何做强做大>>

章节摘录

第一章 从小老板到企业家 在《现代汉语词典》和《辞海》中，都没有“企业家”这个词，这表明，中国以前是没有企业家的，至少企业家是不受重视的。

在《韦伯辞典》中，关于企业家的解释是“开设并管理公司，从事于担负风险、追求利润者”。

史克雷和乔伯西，两个人都有各自的公司。

依《韦伯辞典》的解释，乔伯西和史克雷都可称之为企业家。

但是，两人在企业经营管理方面却是完全不同的，有着明显的差异。

1980年，史克雷在家乡便是位人人称赞的杂货商，他在那里贩卖杂货等商品。

史克雷无法说出现今商业文化中“顾客至上”的大道理，但他却早已领悟，邻居的家庭主妇们是他赖以生存的“上帝”。

于是，他经常与到店里购买杂货的人相互交换新闻和趣事。

20年过去了，从未发现史克雷再开第二家商店。

到本世纪初，史克雷开设的杂货店被一家珠宝店所取代。

究其一生，史克雷最关心的是，蔬菜新不新鲜和房租何时到期，他经商的唯一动机是，求得家庭温饱，让顾客快乐和确保杂货供应商每天准时将货送达；而像规划杂货店未来的经营计划、财务规划等，从未在史克雷的头脑中闪过。

<<中小企业如何做强做大>>

编辑推荐

目前，我国的中小企业，尤其是小企业宛如下雨后春笋一般，遍地开花。但小企业也面临着一系列亟待解决的难题，如小企业如何发展？

目标和方向在哪里？

如何节省成本？

如何开发新产品？

如何管理和经营？

.....企业经营者必须懂得，任何事物都是由弱到强、从小到大发展起来的，只要经营得法，小企业最终也能成就一个大企业！

本书立足于现实，以具体的事例为依据，从企业家修炼、战略发展、品质控制、市场营销、团队建设、财务管理、品牌经营等方面，详细阐述了如何快速把企业做强做大的实践技巧。

<<中小企业如何做强做大>>

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>