

<<商业模式再造>>

图书基本信息

书名：<<商业模式再造>>

13位ISBN编号：9787512112209

10位ISBN编号：7512112203

出版时间：2012-11

出版时间：北京交通大学出版社

作者：张文松 等编著

页数：182

字数：265000

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>

<<商业模式再造>>

内容概要

当今企业之间的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之间的竞争。中国企业在转型升级中将不可逆转地进入“商业模式”层面的竞争阶段!企业不能系统理解和掌握商业模式的内涵从而进行商业模式的创新和再造，就会在竞争中面临淘汰!

《商业模式再造——中国企业转型的路径选择》针对我国企业目前所面临的国内国际经济和商业环境，结合作者二十多年的研究体会和咨询心得，从商业生态系统的角度详述了商业模式的内涵、本质、构成，从战略定位、客户挖掘、业务系统、合作伙伴、盈利模式等五个角度系统论述了企业转型升级商业模式的再造方式、方法。

《商业模式再造——中国企业转型的路径选择》以专业性、实战性及趣味性为一体，首先从理论高度抽丝剥茧，剖析商业模式再造理论，浅显易懂，易于理解和吸收；其次充分糅合了作者二十多年的企业管理咨询心得和管理教学经验，增强了实战性；同时深度剖析了大量国内外成功或者失败的商业模式案例，操作性强、可读性强，充满了趣味。

《商业模式再造——中国企业转型的路径选择》适用于对商业模式感兴趣的读者。

<<商业模式再造>>

书籍目录

目录回到顶部

《商业模式再造——中国企业转型的路径选择》

第一章什么是商业模式?

一、商业模式的魅力

1. 汇源果汁是如何开拓一个品类并成为行业大佬的?
2. 飞格达是如何在整个行业利润微薄的情况下崛起的?
3. 忠实航空是如何在整个行业都亏损的情况下盈利的?

二、商业模式的真谛

1. 商业模式的概念

2. 商业模式的本质

第二章—商业模式有哪些种类

一、以资产构成来划分的轻资产模式与全产业链模式

1. 轻资产模式

2. 全产业链模式

二、以价值链的链条增值划分的平台模式与模块模式

1. 平台模式

2. 模块模式

三、以使用效用划分的成本驱动模式与价值驱动模式

1. 成本驱动模式

2. 价值驱动模式

第三章构建商业模式的关键要素

一、确定发展方向精准战略定位

二、深挖目标市场明确客户群体

三、圈定经营范围构建业务系统

四、拓展合作空间构建伙伴网络

五、合理分配利益设计盈利模式

第四章战略定位——提供什么价值

一、价值主张

二、市场定位

1. 市场细分

2. 目标市场

3. 市场定位

三、产品定位

第五章客户挖掘——为谁提供价值

一、怎样发掘潜在的客户

1. 洞察价值链的关键环节

2. 充分挖掘客户的隐性需求

3. 精准定位顾客心智的认同

二、渠道通路的支撑

1. 连锁经营

2. 电子商务

三、客户关系的维系

第六章业务系统——如何提供价值

一、业务体系的构筑

1. 领，陪行业发展趋势

<<商业模式再造>>

2. 准确把握产业本质

3. 重新定义企业边界

二、战略能力的支撑

1. 整合企业的关键资源

2. 打造企业的核心能力

3. 构筑企业的移动壁垒

第七章合作伙伴——谁来提供价值

一、嵌入恰当的合作伙伴

二、选择合适的合作方式

三、维系持久的伙伴关系

第八章盈利模式——为何提供价值

一、营收来源

1. 卖衍生品——让客户满足

2. 卖服务——让客户满意

3. 卖方案——让客户成功

4. 卖体验——让客户实现追求

5. 卖标准——让客户认为你是权威

6. 卖思想——让客户成为永久忠诚者

二、风险分配

第九章商业模式的创新

一、商业模式创新的途径

1. 重新定位企业的竞争对手

2. 恰当定义在产业链中的位置

3. 在供应链薄弱环节寻求突破

4. 改变满足顾客需求的方式

5. 在价值链的高利润点经营

二、商业模式创新的方法

1. 借鉴复制

2. 整合超越

参考文献

<<商业模式再造>>

章节摘录

一次偶然的机​​会，塔塔集团的拉丹·塔塔站在印度孟买雨中的路边，看到马路上有许多摩托车在汽车之间摇摇晃晃地穿来穿去，而且这些摩托车上往往都载着父母和几个孩子等一大家子人。

拉丹·塔塔就想，为什么不能为这些摩托车家庭提供比摩托车更安全的交通工具呢？他知道，这些骑摩托车的家庭是买不起汽车的，当时印度最便宜的汽车也比摩托车贵四倍。

为这些摩托车家庭提供一款更安全、可以遮风挡雨、价格跟摩托车差不多的廉价汽车，就成了一个有力的价值主张。

基于这样的价值主张，塔塔集团推出了价格约为2500美元的廉价汽车，这个价格比市场上最便宜的汽车还要便宜一半多。

对于塔塔汽车来说，要满足其廉价车“Nano”的客户价值主张和盈利模式要求，就必须重新构想汽车的设计、制造和分销方式。

为此，塔塔成立了一个由非常年轻的工程师组成的小组，这些人的思想不会像公司里那些老到的设计师那样被现有盈利模式束缚住。

这个小组尽可能地减少汽车零部件的数量，以使成本大幅下降。

比如，汽车的非必要或多余功能将被剔除，比如雨刷和后视镜各只有一个，没有收音机和空调等。

此外，塔塔还重新考虑了供应商策略，决定把Nano车型高达85%的零部件生产进行外包，所用的供应商数量也比往常减少了近60%，以此降低交易成本，提高规模效益。

在生产线的另一端，塔塔构想了一种全新的汽车装配和分销方式。

它把汽车模件交给一个由公司属下的装配厂和独立业主的装配厂组成的联合网络按订单生产汽车。

如此一来，Nano汽车的设计、生产、分销和服务都采用了全新的方式——而如果不是因为它建立了一个新的商业模式，这些工作根本无法完成。

虽然一切还没有最后定论，但汽车的安全性问题拉丹·塔塔已经解决了。

.....

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>