第一图书网, tushu007.com

<<哈佛商业评论（第5辑）>>

图书基本信息

书名：<<哈佛商业评论（第5辑）>>

13位ISBN编号：9787516402337

10位ISBN编号：7516402338

出版时间：2012-12

出版时间：企业管理出版社

作者：《哈佛商业评论》编委会 编

页数：166

字数：400000

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

<<哈佛商业评论（第5辑）>>

内容概要

《哈佛商业评论（第5辑）》封面故事为颠覆求生。
“颠覆性创新之父”克里斯坦森告诉你，如何避免被近在眼前的颠覆者所毁灭。

并不是所有颠覆性创新的“导弹”都会立刻击中你的企业。
面对暂时没有威胁的颠覆者，你需要为自己的核心业务设定正确的发展路径。

要做到这点，首先你要辨明颠覆者的优势。
其次，你要发现自己的优势。
最后，你要找出哪些自身优势能被颠覆者内化。
对颠覆机制的新研究揭示：颠覆者的优势来自它的可扩展核心。
它代表颠覆者保持优势的能力，尤其是在进入上层市场的时候。
你的优势来源于你能帮助消费者完成的工作。
你的未来命运取决于两个因素：一，你能否调整目前的商业模式来更好地完成这些工作；二，颠覆者克服进入障碍的可能性有多高。

第一图书网, tushu007.com

<<哈佛商业评论（第5辑）>>

书籍目录

聚光灯
颠覆求生
双轨制转型
Kiva：一个成功的颠覆者
众说
前沿
抢鲜读
交叉销售不为人知的一面
奇思辩
华尔街不懂创新
数据控
如何帮助员工“理解”战略
研究控
全球谈判 信任是金
新视界
大都市的活力
幽商一默
专栏
下一扇印度IT之门
从经济学家手中拯救经济学
反思品牌之变
实战复盘
诺华集团CEO：专利悬崖后的增长
中国案例
德邦物流的“专注哲学”
大趋势
打破“领导者魔咒”
大数据颠覆市场营销
大思路
历史告诉你答案
对话
沈文荣：成本为王
经典重读
雕琢战略
全球
松下在中国学会了什么
特写
谁能填平“中等技能人员”缺口
竞争2.0：商业生态圈
4妙招重塑服务交付
“微工作”解决方案
经验
自管理
重拾你的创造力信心
案例研究

第一图书网, tushu007.com

汗水的股权值多少？

杂谈
个性至上

章节摘录

消费品市场在各种趋势的驱动下不断变化。
成熟市场人口数量呈下降趋势；经济动荡又削减了消费性开支；零售行业整合和自有品牌持续发展使得行业对消费者的争夺愈演愈烈。
因此众多国际品牌将中国等新兴市场定位成关乎存亡的主战场，囤积重兵，以求制胜。
而在中国这样瞬息万变的市场，如何寻找到可持续性的增长模式颇具挑战。
以服饰行业为例，绝大多数中国服装品牌在过去一二十年中是靠打造高知名度的“大渠道品牌”来获取成功：他们将设计工作交予供应商，资源集中投入到大众媒体上的广告宣传和通过经销商对门店的大举开拓。
通过最大化品牌“知名度”迎合当时消费者的诉求。
近年来，在各个国际品牌的冲击下，人们的消费观和品味逐渐与国际接轨，超越了单一追求“知名度”，对品牌的内涵和个性愈发重视；对高端品牌，实用属性以及性价比的需求也与日俱增；并不再轻信广告等线上营销，而对产品，店面和服务与品牌个性和定位是否相符也日渐挑剔。
于是，本土品牌在日益激烈的竞争格局中明显处于劣势。
这些现象绝非仅限于服饰业，而是在许多消费品类行业中具有普适意义。
过去二十年来，中国消费的飞速增长和供不应求的局面造就了许多“渠道为王”，用品牌知名度和覆盖率招揽消费者的企业，2011年年末到今年是供需关系的一个“拐点”，众多品类面临着与服饰业类似的困扰，供过于求以及消费者的日趋成熟使得企业不得不向消费者导向和产品导向转变，在品牌、渠道及运营方面精耕细作。
因此，在消费品领域，商业模式的转型成为了全行业势在必行的“复兴之路”。
在这条并不平坦的道路上，贝恩公司明确了十大有助于成功转型的关键能力：设计可重复的增长模式，加快学习和执行速度，特别是在向新市场扩展的过程中；有艺术地管理品牌组合——确定最佳的品牌定位、制胜战略、投资水平和盈利预期；通过多种媒体和渠道，与消费者和购物者实现全方位的接触；加速推动品牌成长，即便是在低增速品类和成熟市场；成为零售商真正的合作伙伴，在洞悉消费者、整合供应链、系统和数据上全面合作、增加价值；对一线人员统一思想，业绩衡量和充分激励，使销售执行更完善；建立持续降本文化，持续衡量并跟踪，并不断降低成本；掌握并购相关技能，在目标选择、评估和整合方面建立优势以扩规模，增效益；简化、加快并精简运营模式，提升组织的效率；10.为增长储备人才。
……

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