第一图书网, tushu007.com

<<来自北欧的通信传奇>>

图书基本信息

书名：<<来自北欧的通信传奇>>

13位ISBN编号：9787563929658

10位ISBN编号：7563929657

出版时间：2012-6

出版时间：北京工业大学出版社

作者：韩大勇

页数：243

字数：201000

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

前言

在世界移动电话最大生产商诺基亚的故乡——芬兰，手机已相当普及。
漫步芬兰首都赫尔辛基街头，你甚至可以看到许多孩子的手中都拿着手机。
调查显示，有一半以上的芬兰人拥有手机，手机的普及率高达58%，居全球第一。
但这并不意味着市场已经饱和，诺基亚首席执行官约玛·奥利拉先生预言：“今后几年内，芬兰的手机拥有率将达到100%。
”　　事实上，正如通用汽车代表美国一样，诺基亚代表了芬兰，它是推动芬兰走向更加繁荣的工业动力。
在芬兰多数主要工业部门处于萧条萎缩的时候，其电信设备产值却增长了81%。
诺基亚的产值占芬兰国民生产总值的3%，难怪芬兰总理把诺基亚称为是芬兰经济的第三条腿。
称赞它把一个曾经以森林为主的小国变成了一个“后工业信息社会”。
一个来自500万人口的北欧小国的森工企业是怎样成为当今世界三大通信设备生产厂商之一的跨国公司的呢？
诺基亚相信：成功的秘诀在于时刻把握市场变化趋势，及时调整公司发展战略，抓住时机、果断变革，始终领先一步。
日本学者大前研一的《专业主义》中有一句话：“你够专业吗？
”在电子通信领域，诺基亚是做得最专业最成功的公司。
本书会生动讲述诺基亚是怎样从一个专事生产橡胶纸张的传统公司，历经转型，最终成长为今天的手机霸主的。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

据统计，全球每五部手机，就有一部是诺基亚生产的。

一个偶然的机会，让诺基亚从造纸产业进入移动通信领域，成功转型为全球科技大厂，并靠着持续不断地设计、研发、服务，使它成为全球一流移动通信品牌。

《来自北欧的通信传奇——诺基亚》会生动讲述诺基亚是怎样从一个专事生产橡胶纸张的传统公司，历经转型，最终成长为今天的手机霸主的。

《来自北欧的通信传奇——诺基亚》将与读者一起探寻：诺基亚是如何保持统一的品牌形象，并让数十亿消费者爱不释手的？

在现今激烈的市场竞争中，面对强劲对手的挑战，诺基亚如何保持龙头地位？
曾在危急时刻拯救诺基亚的人是谁？
本书由韩大勇编著。

书籍目录

第一章 诺基亚的移动神话
一、起于合并
二、曲折岁月
三、迈向辉煌
四、新世纪新挑战新机遇
链接1：诺基亚公司大事记
链接2：神话制造者——约玛·奥利拉
链接3：塞班(symbian)和安卓(Android)
第二章 诺基亚的快速研发策略
一、打破规则
二、科技领先
三、以人为本
第三章 诺基亚的经营战略
一、全面转型
二、进军互联网
三、赢利模式
四、专业化道路
五、矢志革新
六、初次战略失误
专题：专业化和多元化的经营条件
第四章 诺基亚的品牌战略
一、品牌理念
二、品牌塑造
三、品牌推广
四、整合营销传播
第五章 诺基亚的营销模式
一、游戏营销
二、娱乐营销
三、公益营销
四、环保营销
五、俱乐部营销
第六章 诺基亚的供应链管理
一、信息先行
二、星网供应
三、复合终端
四、从分销到直供
第七章 诺基亚的客户服务
一、竭诚服务
二、全程专业支持
第八章 诺基亚的管理创新
一、诺基亚方式
二、全面质量管理
第九章 诺基亚的独特人才策略
一、选拔：不唯专业水准
二、培养：投资于人

三、激励：物质并精神
四、沟通无处不在
五、平衡工作和生活
第十章 诺基亚的创新法则
一、业务创新
二、技术创新
三、服务创新
四、产品创新
五、细节创新
第十一章 诺基亚的企业文化
一、四大价值观
二、科技以人为本
三、创新制胜
四、企业公民形象
第十二章 诺基亚的竞争与合作策略
一、手机市场三足鼎立
二、联手西门子
三、与Mobily共赢
四、集众竞合
第十三章 诺基亚的未来蓝图
一、完全移动生活
二、通信数字化
三、领跑互联网
第十四章 决战智能手机
一、群雄势力范围图
二、在燃烧的平台上变革
三、结盟微软突出重围

章节摘录

为提高其运营效率、维持市场领导地位，2004年1月，诺基亚根据新战略重组为四大业务部：移动电话业务部、多媒体业务部、企业解决方案业务部以及网络业务部。
这次重组的一大特点是对诺基亚进行重新定位——它不再只是一家手机及移动通信设备商。
移动电话业务部提供全球移动通信/增强型数据（GSM/EDGE），第三代移动通信技术/宽频分码多重存取（3G/WCDMA）和码分多址（CDMA）移动电话和设备。
多媒体业务部旨在通过GSM，3G/WCDMA，无线局域网（WLAN）、蓝牙和其他标准连接的先进移动设备和应用等形式为消费者提供移动多媒体体验。
企业解决方案业务部为企业和机构提供包括企业级移动设备、安全基础设施、软件及服务等在内的产品和解决方案，另外还与其他公司合作，提供固定IP网络安全、移动企业电子邮件等。
网络事业部为电信运营商和服务提供商提供网络基础设施、通信和网络服务平台、专业服务等。
不仅对个人用户的移动应用充满信心，诺基亚在企业移动应用上也要先行一步。
针对企业应用的需求，诺基亚将重点从移动电邮人手开展企业移动应用。
移动电邮、移动固定电话的融合业务、个人信息的管理是企业应用需求最大的三大业务。
2006年11月诺基亚宣布收购美国加州的移动电子邮箱开发商英特尔同步，英特尔同步在移动电邮方面的能力将加强诺基亚在企业移动应用领域里的实力。
诺基亚企业移动应用市场要起飞了。
诺基亚在2004年年初将产业划分为当前的格局。
随着时间的推移，其他业务已迅速成长起来，因此需要把这些部门整合成为一个统一的部门。
发达国家高端手机市场也已日渐饱和，诺基亚需要对自身业务进行调整。
应对电信互联网融合，诺基亚2007年6月公布了一项架构重组计划。
诺基亚将组织架构重新划分为三个部门：设备、服务和软件、市场。
这三个部门将取代其现有的手机、企业解决方案、多媒体部门。
此计划已于2008年1月1日生效。
诺基亚的企业解决方案部门在此次重组当中被分拆。
其中，商业手机业务将被并人设备部门，而企业系统业务则将被并人服务与软件部门。
此外，服务与软件部门还将负责诺基亚所有的软件产品，包括游戏、因特网服务等。
而市场部门主要是管理诺基亚的供应链、销售渠道与市场活动。
新成立的诺基亚设备部门将提供最新产品组合，对市场形成快速反应。
手机和互联网的融合带来了设备业务以及消费者互联网服务和企业解决方案领域新的增长机遇。
为了应对电信和互联网两大产业融合的趋势，重组使得诺基亚能够把握住这些机遇，提高投资和运营效率。
诺基亚成为目前最强劲的无线互联网世界的开拓者。
它制造的新一代移动上网（WAP）手机完全有可能取代个人电脑，成为未来信息时代的大众装备；它正高举着“把互联网放进每个人的口袋里”的迷人旗帜，后来居上，把摩托罗拉等高科技巨人们挤在一边。
今天，诺基亚是移动通信的全球领先者。
凭借经验丰富、创新、用户友好以及可靠的解决方案，诺基亚已成为移动电话的领先供应商，同时也是移动、固定宽带和IP网络的领先供应商之一。
通过将移动性和互联网的有机结合，诺基亚不仅为企业创造了更多的商业机会，也使人们的日常生活更加丰富多彩。
自从2008年以来，因受到来自美国苹果公司苹果手机和谷歌公司安卓（Android）操作系统的强有力竞争，诺基亚正处在“危机时刻”。
IPhone智能手机2007年上市，而诺基亚至今没有一种可与之抗衡的产品；谷歌的安卓操作系统2008年9月22日问世，在2011年，使用这套系统的智能手机销量超过了诺基亚，处于领先地位。
按照手机市场的专业标准，就智能机销量而言，诺基亚尚属领先，但它的市场份额正在急剧缩水

。
市场研究公司。
IDC统计，诺基亚智能机全球市场份额从2009年的38%降至2010年的28%。
与此同时，苹果公司、宏达公司（HTC）的市场份额有所增加。
同时诺基亚还受到一些低端、非智能手机生产厂商的有力竞争。
……

编辑推荐

一个你不可不知的通信领域的一流品牌！
看诺基亚如何进行持续变革，成功转型为全球通信一流品牌！
诺基亚是如何保持统一的品牌形象，并让数十亿消费者爱不释手的？
在现今激烈的市场竞争中，面对强劲对手的挑战，诺基亚如何保持龙头地位？
曾在危急时刻拯救诺基亚的人是谁？
《来自北欧的通信传奇：诺基亚》生动讲述诺基亚是怎样从一个专事生产橡胶纸张的传统公司，历经转型，最终成长为今天的手机霸主的。

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