

<<15位顶尖企业家的成功方法>>

图书基本信息

书名：<<15位顶尖企业家的成功方法>>

13位ISBN编号：9787807232193

10位ISBN编号：7807232196

出版时间：2007-4

出版时间：远方

作者：万雪晨

页数：230

字数：335000

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>

<<15位顶尖企业家的成功方法>>

内容概要

本书介绍了世界上最优秀的15位企业家，是当今企业家的楷模。

成功没有偶然，更并非命运的安排。

他们都是白手起家的普通人，但通过个人奋斗，从一贫如洗到富甲天下，是从普通到企业巨擘的优秀代表。

这15个顶尖的企业家，看起来高高在上，要达到他们的境界似乎是痴人说梦，但是只要拿出你的信心和行动，加上这本书，成功，你一定也可以！这本书以通俗精练的语言和生动深刻的真实故事，记录了15个优秀企业家的成功历程和经营方法，揭示了他们改变命运走向成功的秘诀，是一本通往事业颠峰的实用指导手册。

众多可行的成功理念和有效的实用方法，总有一种能带给你启发和指导，从而得到有益的借鉴和丰厚的收获。

<<15位顶尖企业家的成功方法>>

书籍目录

第一章 将杂货店开满全球的世界首富——山姆·沃尔顿 12架专机为沟通做保障 小镇策略：农村包围城市 将低价策略进行到底 多省下一分钱，多一份信任 商品打折服务不打折 把员工当成“合作者” 任何员工都是平等的第二章 从修车铺走出的摩托车之父——本田宗一郎 从保姆开始做起 风雨过后见彩虹 鲑鱼效应：激活团队活力 谁最有本事谁就上 招贤纳士，构建卓越高层 简单真理：三个喜欢第三章 裁剪出服饰帝国的小裁缝——皮尔·卡丹 卡丹成功的秘密武器 光卖名字年收入数亿美元 让男装也流行 让时尚走近寻常百姓 见缝插针的渗透战术 不把鸡蛋放在一个篮子里第四章 演绎营销魔术的汽车营销大师——李·艾柯卡 四个5000万+不赔钱原则 人是第一位的 创新营销：1956年56元 野马奔腾，创利两亿 巧用爱国心走出困境 挽救克莱斯勒的秘诀第五章 从赤贫小子到金融寡头——阿马迪·基安尼尼 童年的积累和历练 以乐观的心态去学习 构建没有大股东的银行 与传统规则相悖的经营艺术 农民银行——敢为天下先 用魄力化解危机 大肆扩张，构造全美第一大银行第六章 修车学徒工出身的汽车大亨——福特 立志须趁年少时 用远见卓识巧妙回应挑战 寻求迂回突破，赛车场上竞风流 腾飞从T型车开始 坚持独立，决不屈服 将利润的一半分给员工第七章 每年卖出200亿美元汉堡的快餐皇帝——克劳克 53台搅拌机改变麦当劳命运 细密策划，先称王后称霸 维护麦氏权益，打造品牌优势 麦当劳应该帮助加盟者成功 立足本土，称雄美国 麦当劳经营的三大秘诀第八章 称雄石油王国的霸主——洛克菲勒 在自律和执著中进取 绝不可盲目下手 用魄力与谋略突破难关 慎重选择合作伙伴 从大封锁中突围 炼就铁的领导手腕 猎捕“垄断之狮” 营造政商结合的典范第九章 在战争废墟上建造起电器王国——盛田昭夫 儿时的梦想，未来的方向 像家长一样管理员工 创新是永恒的卖点 到世界市场竞高下 专做别人不做事 “舰队式经营”模式第十章 卖米卖出的“塑胶大王”——王永庆 员工管理的两大法宝 注重细节，做好服务 低成本，高利润 追根究底的溯源方法 不重学历重学力第十一章 5000美元开创希尔顿王朝的旅馆之王——唐拉德·希尔顿 坦诚、信任的用人之道 你今天对顾客微笑了吗？ 旅馆赚钱的最有效途径 摘取旅馆王国的皇冠 波及全世界的“希尔顿冲击” 只有高风险，才有高回报第十二章 数字时代雅虎传奇的缔造者——杨致远 我绝不为人打工 用户想要什么服务，就提供什么服务 如果你没有，就把它买下来 打造品牌：你雅虎了吗？第十三章 创造微软神话的哈佛退学生——比尔盖茨 抓住机会，“抛弃”哈佛 技术专攻，态度专一 用美金砸出多元化市场 寻找能与我们一起工作的人 只留下比尔盖茨一样的人 垄断才能获取超额利润第十四章 用100日元创造松下奇迹的经营之神——松下幸之助 让每个人都买得起松下电器 对“亲家”要守信用 拿出一半家当引进技术 在商战中打造销售的松下 培育“松下精神” 用企业文化创建一流团队 聆听上帝的声音 永远走在时代前面第十五章 人类童话王国的总工程师——华德·迪斯尼 不断创造“第一”的纪录 坚持自己的品牌个性 迪斯尼乐园只制造欢乐 用迪斯尼大学培训“卡通”员工 打造独特的理论体系 掌握潮流，让汽船威利“鸣笛”启航 刻苦钻研，寻求突破 天才灵感成就迪斯尼

<<15位顶尖企业家的成功方法>>

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>