

<<贏利競賽>>

图书基本信息

书名：<<贏利競賽>>

13位ISBN编号：9789574939718

10位ISBN编号：9574939715

出版时间：20040801

出版时间：麥格羅希爾

作者：羅伯特．達特斯等著/ 戴至中,陳正芬譯

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>

<<贏利競賽>>

內容概要

聰明定價 + 建立品牌 = 獲利加倍成長

為了無止境地追求更高的獲利，企業往往盡了一切努力，包括再造、瘦身、新的採購策略、全面品質管理、顧客關係管理、自動化、新的銷售通路與技術等等 - - 但問題是，別人也都在這麼做。

雖然這些一度創新的技術可能有助於組織立於不敗之地，但它們當初所帶來的衝擊、刺激與競爭優勢距今已十分遙遠。

聰明的經理人和企業已經在問：接下來該怎麼做？

我們要怎麼保持領先？

本書提出了簡單但有效的解決之道：如果要持續改善獲利，組織現在就必須改變看法並全力擴大營收。

而若想持續促進營收成長，唯有靠兩項基本工具：價格及品牌。

每個公司運用這些工具的技巧有很大的差異，而且大部分公司表現得不盡理想。

也就是說，任何人只要花時間去學習如何正確地運用這兩樣工具，就可以馬上建立起巨大的競爭優勢。

這本提高獲利的綜合指南提出了嚴謹但合乎常識的做法，告訴你如何把價值變成金錢，並使定價成為合理與高報酬的作業，而這也是開發新產品與新服務的必要條件。

它說明了品牌與價值的絕對關係，並解釋了為什麼沒有詳細的品牌策略就沒有優異的價格策略。

同時還告訴各位，如何形成對企業最好的價格、品牌、成本與產品開發，無論是製造業或服務業。

各位將學到如何整合價格與品牌策略，以及在任何一種營業環境中擴大營收，進而贏得利潤競賽。

「價格策略和品牌雖然是很重要的因素，但是在改善營業績效時往往會被忽略。

本書針對定價的機會及不同行業的公司所面臨之挑戰提出了重要的見解，任何一位經理人都可以利用本書的工具，從品牌與顧客的互動中形成更大的價格與利潤槓桿。

」 - -

馬克·蓋里恩（Mark Gallion）愛默森公司（Emerson）部門總裁「本書提出了改善公司獲利績效的承諾。

它精確陳述了價格策略，而且其獨到之處在於整合了價格與品牌這對不可分割的夥伴。

根據我的經驗，如果現在管理階層要大幅拉抬價格並提高獲利，品牌與價格可說是最有力的工具。

本書並不是學術著作，所以它跳過了技術細節，將重點放在詳述具體的管理措施上。

」 - -

查爾斯·勒爾（Charles E. Lehr）埃克森美孚公司（ExxonMobil Corporation）前國際部行銷長

<<贏利競賽>>

作者簡介

羅伯特．達特斯 Robert G. Docters

達特斯是艾比路聯合公司（Abbey Road Associates）的總裁。

麥可．李歐裴 Michael R. Reopel

李歐裴是全球管理顧問公司科爾尼（A. T. Kearney）的策略作業高級主管。

珍妮梅．孫 Jeanne-Mey Sun

孫是科爾尼公司的顧問。

史提芬．坦尼 Stephen M. Tanny

坦尼是多倫多大學教授。

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>