第一图书网, tushu007.com

<<蘋果滋味>>

图书基本信息

书名：<<蘋果滋味>>

13位ISBN编号：9789866472015

10位ISBN编号：9866472019

出版时间：2009.3.26

出版时间：商周出版

作者：曾孟卓

页数：480

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

前言

自序：競爭力的本質　　企管大師菲利浦．科特勒（Philip Kotler）在一本著作中談及：「五年成功足以毀掉一家企業。
」在二十一世紀的全球競爭狀態中，世事瞬息變化，贏得快，輸得更快，才麻木在勝利的喜悅中，轉眼間，兵敗如山倒。
　競爭力的本質並不在於體格的客觀狀況和數據，而在於心態的主觀素質和欲求。
觀看奧運比賽，可以看見競爭力的本質。
每一個參與決賽者都是億中選一的天才，彼此的技術和戰術互相都懂得，也都經歷了相當的苦功，但我還是贏你，因為我更有熱情，更有效率，更有信心。
　退步也是同一順序。
先是熱情冷卻，然後效率變慢（因為你冷了，也就懶了，然後必然是慢了），最後知道自己再沒有從前那股衝勁和速度，愈來愈落後，愈做愈錯，信心盡失。
一切從擁有熱情開始成功，從失去熱情開始失敗。
在商業社會，很多人卻只重視聰明機變和奇謀妙計，難怪他們輸得這麼慘。
　派駐台灣，因為國語不靈光，習慣先寫好暢順的筆記，檢討過沒有太大的破綻，才進行管理和溝通的工作。
有系統地整理出來後的文章，以行銷、廣告及職場實務為主，是我認為在競爭中成敗的要素，值得參考的事例和推論；當中沒有什麼祕密或爆料，也不涉及非我專業的新聞運作；或有提及一些勝負關鍵，其實行業中大家都知道。
媒體這個行業，從來就沒有什麼商業機密可以長期隱存，別人跟得上的早就跟得上，跟不上的還是跟不上。
二十一世紀的競爭爭分奪秒，過去的成功只會障礙未來的坦途，要比別人快，就要放得下過去。
　五年成功足以毀掉一家企業，五年名位當然也足以毀掉一個人。
保持熱情的其中一個方法，是在適當時間讓自己回到起點。
把自己的一點點經驗和心得原形畢露，除了和同事、客戶及好朋友分享外，從此自己再無可恃，一切歸零，重新學習進步。
　（記於二〇〇八年八月十八日，觀美國菲利普斯連奪游泳八金之後。
補記於二〇〇九年二月四日，菲利普斯生活失持，吸食大麻，遭罰停賽三個月。
）

第一图书网, tushu007.com

内容概要

生意如果這麼好做，有訂單從天上來的話，公司養隻狗站在大門口咬個籃子接單也就夠了！
2003年，《蘋果日報》來台創刊，備受爭議，無人看好。
2008年，《蘋果日報》躍居台灣第一大報，閱報率和廣告量均為平面媒體之冠。
《蘋果日報》在台灣的成功案例，足以引證最現代行銷管理學的每個環節。
本書集結《蘋果日報》行銷業務五年來的實戰心得，解析《蘋果日報》顛覆市場的行銷創意遊戲以及挑戰高難度業務目標的攻略奇謀，讀者將可一窺《蘋果日報》逆勢成長、引領台灣報業風騷的精采情節，及其幕後精準有效的行銷管理觀念和機制。
全書分

第一图书网, tushu007.com

作者简介

曾孟卓　　洋名Gordon，1971年生的魔羯男。
香港中文大學工商管理系畢業，現為台灣《蘋果日報》、台灣《壹週刊》、《爽報》總經理。
經歷：中國貿易、零售管理、SebaMed 5.5及HUGGIES產品經理　　最高成就：出品一個漂亮乖巧的女兒　　好玩資歷：詩人、象棋冠軍、職業小丑　　好玩作品：詩集《不喜歡你》

<<蘋果滋味>>

书籍目录

自序：競爭力的本質第一部：蘋果滋味－－創刊篇蘋果與芭樂花生怎麼了？
肥佬黎的大手筆乘虛而入報紙與衛生棉一鴨三吃做最貴的報紙朝生暮死等邊三角形方形、圓形和V形分道揚鑣《蘋果日報》的兩個上帝肥佬黎的Marketing總經理任務舌戰 二○○四瓶頸永遠在瓶子上方 二○○五大忙年 二○○六決心與堅持，挑戰和考驗 二○○七肥佬黎：是你虧欠了社會乾一杯吧，怪物！
黎十條第二部：我的工作是競爭－－實戰篇比快熱情的笨蛋《蘋果日報》業務員與他報業務員的分別遊戲規則業務員是行銷最前線Top Sales百合花木桶請親自開門不如歸去尊重前輩才華（Talent）每一個人的工作都是服務往左轉業務員的生活態度1%過時的胡蘿蔔信任污水踢皮球我的工作不是開會準時YTS和LGD應酬Success讓人搖頭的工作習慣牛頓力學笑談顧客不是上帝飲鴆止渴的置入性新聞A級員工銳氣論功行賞Training for change蝴蝶任務（上集）蝴蝶任務（下集）改變……常改變一個人的例外學習型組織限制的挑戰騙不了人的年代我是配角誠信（integrity）管理下屬最難是什麼？
主管的承擔神鬼奇航第三部唯陳言之務去－－流行概念篇Marketing是什麼？
5W1H，4P4CMarketing只要一個C廣告就是要效果名牌廣告淺說如何計算廣告效果？
廣告說需求廣告其實是干擾貨架第七招報紙廣告形式雜談拳不離手，曲不離口廣告獎答問自由時報加入ABC不識紫牛是紫牛蓬萊何處覓仙山最高段的競爭策略Branding假雙贏行銷老鬼對我說行銷工作從學習執行開始創意有限寫筆記口碑不是行銷彈藥分配兌換行動見樹不見林因小失大大眾傳媒未死雜說：「世界是平的」第四部見說蠶叢路－－媒體趨勢篇未來專家說未來恐龍事業高效率淘汰低效率就是死不了恐懼的需求偷工減料，末路狂奔螞蟻公司二女同侍一夫網路迷情問題兒童尋尋覓覓網中人「膏藥貼」廣告網路廣告有得玩絕交、還手、利用捷運報的枷鎖免費報的生存空間未來可能會消失或萎縮的行業媒體水晶球明天怎麼辦？
後記：想起洋蔥頭和老友Kent

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第一部　蘋果滋味——創刊篇　　蘋果真的……那麼好吃嗎？

橫看成嶺側成峰。

《蘋果日報》的經營方式一直備受爭議，因為外界從不同的角度，會看見不一樣的蘋果，其情形，如管中窺象：看見鼻子者以為象如長蛇，看見耳朵者以為象如蒲扇，看見象腿者以為象如樑柱。

《蘋果日報》當然是一份報紙。

每日出版約二十至四十五大張紙，以其龐大的資訊量，《蘋果日報》絕對是一份份量十足的新聞紙。

若觀其題材之多元及豐富，形容《蘋果日報》是一份每天出版的綜合性雜誌（Daily M

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