

谈经论道

现在是最好的创业时期

我在想最近三十年间,做生意成功的人,他们都是怎么成功的?我想可能离不开三条。第一是摩尔定律,第二是通货膨胀,第三是中国的城市化。

中止,中止之后是什么规律,我还不知道。第二是通货膨胀。最受益的是开发商,他们借很多的钱,囤很多的地。

非常好。最根本的原因就是通货膨胀,土地价格飞涨,让这些冒险的开发商规模做得很大、赚了很多的钱。

为是。因为旧的行业、传统行业在土崩瓦解,新的经济、社会、市场秩序在重新建立。

管理速递

贝尔效应 为下属创造脱颖而出的机会

成功其实并没有想象得那么难,他有时需要的仅仅是你的勇气,这正是普通人所缺乏的。



什么是贝尔效应?

贝尔效应是由美国布道家、学者贝尔提出:想着成功,成功的景象就会在内心形成;有了成功的信心,成功就有了一半把握。



解读

合盟创始人王永庆卖米的故事也说明了这一点。15岁小学毕业后,王永庆到一家小米店做学徒。不久,他用父亲借来的200元钱做本金自己开了一家小米店。

融合实体零售与数字渠道

星巴克:打造生活方式的“第四空间”

当明确了数字化战略的愿景,把数字营销、星巴克卡片业务、客户忠诚计划、电子商务结合时,彼此之间产生了新的火花。星巴克是率先设立“首席数字官”的品牌之一。



2009年,星巴克刚刚发布自己第一款手机应用时,没人能料到它会成为今天在移动互联网最活跃的零售公司。2011年,App整合了移动支付功能。

专家观点

很多人都喜欢它的科技时尚感——免费wifi,手机支付,社交网络,甚至到美国大选——星巴克是一个信息时代的弄潮儿。

线上线下一走进数字新时代

一直以来,星巴克连锁咖啡店之所以受很多城市消费者青睐,因为它不仅仅提供的咖啡,还是一种生活方式的“第三空间”。

快捷支付——移动与会员先行

星巴克的首位CDO由Adam Brotman出任,他掌管着110人左右的团队。这个C字头的管理者,具体职责是什么?

协作创新——让内部更有效率

数字技术日新月异,CDO所带领的团队如何选择应该研究哪个领域,应该推出什么创新的数字产品或服务?

前所未有——数字化是马拉松

早在2009年,星巴克就对数字化进行了定义。对这个公司来说,数字化绝不仅仅只是一个网站,或者一套销售点系统。

世界之窗

跟上潮流 驶向彼岸

“在企业,尤其是高科技企业,仅仅擅长你的工作还不够,你还必须能够至少跟上一股大潮流,并乘着它驶向成功的彼岸。”

是选择一个正在快速转型和发展的行业,然后提高自己的技能。“现在不只互联网公司有很好的发展势头。能源、医药、高科技制造、广告、媒体、娱乐和消费者电子产品等行业同样方兴未艾。”

适应行业变化的,以及看看它的领导者具有怎样的背景。如果一家公司的CEO拥有创办公司以及在科技行业工作的背景,那么这家公司将来就很有可能发展壮大。

此外,你还要弄清楚你如何发挥你的优势,并改善你的弱点。如果你觉得自己在今天就可以开始你梦想中的工作,那么你的梦想还不够远大。



启示

不论环境如何,在我们的生命里,均潜伏着改变时环境的力量。如果你满怀信心,积极地想着成功的景象,那么世界就会变成你想要的模样。

(来源:腾讯科技)