

## <<你就是营销大师>>

### 图书基本信息

书名：<<你就是营销大师>>

13位ISBN编号：9787500471868

10位ISBN编号：7500471866

出版时间：2009-1

出版时间：中国社会科学出版社

作者：拉里·钱伯斯

页数：237

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>

## <<你就是营销大师>>

### 前言

在我大部分的职业生涯中，我都试图成为一名优秀的商业人士。我坚信，良好的公众关系与适度的宣传对我的事业发展有着重大意义，它将使我的名字出现在商业杂志或者商务出版物上，甚至有可能出乎意料地出现在《华尔街日报》(Wall Street Journal)的头版头条上。

总之，我认为我是懂得声誉的价值所在的。

在没有认识《你就是营销大师》一书的作者拉里·钱伯斯之前，我就已经领略到印刷文字的强大魅力了。

我曾经和许多公关公司协商，他们也都承诺，会为我在主流报刊以及国家电视台和无线电台提供大量的亮相机会。

于是在我工作的早期，我雇用了其中一家一流的公关公司，这家公司对我及我的母亲都照顾有加。但是与我们在金钱、时间以及精力上的付出相比，这家公关公司为我们的公司创造的利润却微乎其微。

于是在1992年，我们就邀请了包括拉里在内的多家传统公关公司为我们做策划，如果某公司能够为我在主流报刊以及国家电视台和无线电台提供大量的亮相机会，我们希望能同这家公司签下合约。当我们一致看好拉里的时候，他却告诉我们不能给予任何承诺。

拉里的做法与众不同，他为顶级金融顾问撰写了大量被称之为“写作指导”的文章，这些文章已经发表在许多杂志以及他自己的书里，而且他向这些顾问保证他们确定的目标市场是令人信服的。他向我们展示，通过接触目标市场群所阅读杂志的编辑们，一方面为编辑提供他们所需要的专家信息，另一方面又能将自己推到专家的位置上去，从而赢得信誉。

信誉营销成为我们营销计划的主旋律，而我们的营销计划包括成百上千的杂志，定期刊物，三本书的完成，以及与国家所有一流出版物的销售商的合作。

两年之后，我们卖掉了公司。

我们预计信誉营销策略为我们公司带来了多达1500万美元的收益。

值得一提的是，我们公司的收购方也是在读了我们的文章之后才找上我们的。

## <<你就是营销大师>>

### 内容概要

在本书中作者与读者分享了他成功的秘密，即企业家如何赢得信誉从而成为营销大师。它并不需要金钱投入，它只需要一种正确而有效率的方法：如何通过关注客户的问题来吸引客户，然后再为客户解决问题；如何通过媒体为企业家树立可信任的专家形象……本书以强有力的方法解决了每一个企业家都会面临的核心问题。

拉里·钱伯斯是一位作家，也是信誉营销方面的专家。当钱伯斯还是见习财经顾问的时候，他发现了这种吸引客户的好方法。于是他开始撰写文章和专栏，获得了商业成功。现在，他把这个秘密说出来和大家分享，并列出了成为营销大师的步骤和有效方法。任何行业的专家都可以获得像他一样的成就。

《你就是营销大师》涵盖了把信誉加入营销从而使你成为营销大师的所有步骤。如果你遵循本书的营销策略对你的商业运作进行精心的策划与安排，那么你的事业就会随之上升到一个更高的层次。

## <<你就是营销大师>>

### 作者简介

拉里·钱伯斯 (Larry Chambers) 是《纽约时报》畅销书作家，著名企业咨询和培训师。他经常给财经和投资类期刊投稿，至今已有700多篇文章在各种专业期刊上发表。他还出版了30本书籍，并训练出了很多优秀的作者。

## <<你就是营销大师>>

### 书籍目录

前言自序关于作者  
导言：你的礼物  
第一部分 概述 第1章 市场营销的五种挑战 第2章 信誉营销  
第3章 拥抱媒体 第4章 你具有知名度吗 第5章 把自己当作解决问题的协调者 第6章 它真能起到作用吗  
第二部分 浓缩 第7章 现在就开始 第8章 转载策略 第9章 印刷媒介 第10章 一封成功的征询信 第11章 写什么内容  
第三部分 要素 第12章 媒体 第13章 一次难忘的演讲 第14章 一次成功的受访 第15章 如何与电台、电视台联系 第16章 增加趣味性 第17章 网络宣传  
第四部分 拓展 第18章 出版 第19章 一封好的征询信 第20章 选题策划书 第21章 写作 第22章 一本书的点评 第23章 为你的书做促销 第24章 将你的专家意见引进学术课堂  
第五部分 巩固 第25章 整理资料 第26章 总结  
附录A 研讨会工作流程  
附录B 写作计划  
附录C 选题策划书范本  
附录D 有用的参考资料  
附录E 范文术语表

## <<你就是营销大师>>

### 章节摘录

这是我的观点：如果你可以讲述一个很有趣的故事，那么你就有能力写出有趣的文章。我所遇到的很多销售人员，他们在介绍自己的产品时都很会讲故事。我认为，写文章只不过是将从心里想说的话经过整理后写出来而已。

如果你没有时间整理语言怎么办呢？

那也不要着急。

如果按我说的做，你7分钟内便可以完成这个过程。

按照下面的步骤去做，我保证你可以写出一个好故事，而且完全是你自己的故事。

这里我没有给出范例。

你可以反复使用这种方法，写出很多文章。

按你自己的进度来做，不断提高自己，挑战自己。

首先准备好纸和笔，让我们开始吧。

在卡片上标出号码，然后快速将下面的信息记在卡片上。

这样就可以对照着卡片来写文章，也可以发现文章的缺点并予以修改。

你也可以调换卡片的顺序来试试看。

卡片1：写下对你的客户困扰最大的一个问题。

我将让杰里·迪伯托（Jerry Dipoto）来给你证明这一点。

杰里是一家信用公司的总裁，专门提供财务咨询。

他告诉我，他的很多客户的主要问题在于他们在销售产品时并没有一个真正的战略方针。

在这张卡片的背面写下你会在文章中提及的主要问题。

杰里所提出的问题是：你在销售时如何制定一个有效的战略方针？

## <<你就是营销大师>>

### 编辑推荐

《你就是营销大师》涵盖了把信誉加入营销从而使你成为营销大师的所有步骤。如果你遵循本书的营销策略对你的商业运作进行精心的策划与安排，那么你的事业就会随之上升到一个更高的层次。

<<你就是营销大师>>

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>