

<<推手>>

图书基本信息

书名：<<推手>>

13位ISBN编号：9787511301192

10位ISBN编号：7511301193

出版时间：2010-1

出版时间：中国华侨

作者：杨鹏

页数：265

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>

<<推手>>

前言

最近一段时间，天气有些变化无常。
去年的这个时候，天气是怎么样的？
时过境迁，很多记忆早已模糊不在，只剩下我和杨鹏用电话联系、沟通的印象。
那时，我和杨鹏同在一家集团公司工作，他作为公司高管，负责公司整体的市场策划和品牌推广工作，创造了辉煌的业绩。
我们彼此之间熟悉缘于此也始于此。
曾几何时，他谈论最多的话题就是有关市场策略和营销战术，甚至是品牌传播等战略性的问题。
虽然不知道给我们彼此带来多少有益的启发，又产生多少市场价值，但有一点我们都很骄傲，因为交心的沟通让我们增进了团队的温暖。
时至今日，我对这样的观点没有产生过丝毫的怀疑。
很多年前，我曾看到过这样的文字：有些时候，我们只有加入一个团队中才能让我们感到温暖，感到声势浩大。
当初，我们在同一个团队时，曾听过杨鹏来源于实践的市场研究。
他对媒体环境、市场策略以及营销战略的熟练程度已达到令人震撼的地步，他也让当时在座的公司诸位同仁获益匪浅。
说到底，作为管理型策划人的杨鹏已经在运用营销人生的哲学经营人生。
多年行走的经验告诉我，营销已不仅仅是市场人员的专属，它已渗透至我们的骨髓之中、渗透到灵魂深处。
无论我们现在从事什么工作：公务员、教师抑或总经理、农民，职业对于人生都无关紧要，因为营销早已超出原来职业的含义，成为一种生活方式，一种贯穿和渗透在一言一行、一举一动中的生活理念。
每天从早到晚，我们每个人都在演绎自己，向不同人营销自己以及自己的一切。
毕竟，任何一个人的富贵与贫贱，伟大与平凡，高尚与卑鄙，成功与失败，都是由营销所决定的。
所谓有人的地方就会有营销，营销是我们每个人取得成功、达成人生目标的必用手段。

<<推手>>

内容概要

品牌就是符号，口碑营销就是硬道理。

捷锐营销策划公司的策划总监李峰，是一个策划圈的知名人物，成功策划了很多品牌，由于他手法怪异多变，被业界称为“策划怪才”。

当李峰决定大展雄风，主持策划著名的风韵服饰公司旗下的新品——雅美保暖内衣，意外发现竞争对手“绒朵儿”实力强大。

就这样，两家公司迅速展开一场激烈的市场份额争夺战。

推手，就是品牌的建设者，就是成功的代言人。

李峰万万想不到，“绒朵儿”的幕后推手竟然是大学时期的劲敌肖银飞。

顶级推手大PK，谁才是高端营销最有实力的赢家？

从品牌内衣到教育培训市场。

李峰、肖银飞两大传奇推手打得沸沸扬扬。

残酷的生死较量中。

一个个离奇的谣言事件把李峰推到风口浪尖上，使他掉进一个莫名的漩涡……蓦然回首，灯火阑珊处，新的对手却是往日的恩人。

<<推手>>

作者简介

杨鹏，70后作家，山东青岛人。

大学毕业后曾先后供职于国企、外企、大型民营集团，并担任公司高管。

擅长企业的整体营销策划和品牌传播推广，有多个行业的成功案例。

<<推手>>

书籍目录

序言 有人的地方就有营销引子第一章 策划怪才第二章 战火点燃第三章 交战策略第四章 巅峰对决第五章 暗战攻势第六章 绝境出局第七章 重返江湖第八章 恩仇角力第九章 谣言风波第十章 首席推手后记

<<推手>>

章节摘录

第一章 策划怪才会议室里响起了热烈的掌声。

我站在捷锐营销策划公司的会议室，环视自己亲手带出来的策划团队，欣慰的目光投在每个人身上，不愿打断这激动的掌声。

“同志们，在伯爵地板的市场推广中，我们度过最艰难的三个月。

我们的对手瑞达地板不仅推出了新品种来阻击我们，而且还给代理商额外的返点，他们想通过这种毫无新意的招数来战胜我们，但结果怎么样呢？

还不是在家里有事没事偷着哭，伯爵地板已经是第二次跟我们合作了，我们已经连续两次达到了我们既定的目标，实现了我们的承诺：让伯爵地板成为地板行业的领袖品牌。

我们做到了，我们又赢了！

”会议室里响起了热烈的掌声。

我站在捷锐营销策划公司的会议室，环视自己亲手带出来的策划团队，欣慰的目光投在每个人身上，不愿打断这激动的掌声。

“所谓英雄出品，必属精品，我们用行动和实力再一次证明了我们的价值，我早说过，要对自己残忍一点，客户才会对你好一点，在之前的三个月里，大家付出了巨大的努力，每天都在绞尽脑汁地想方案、出创意，有人已经连续两个月没回家跟老婆亲热了，更有人为了出创意抽自己嘴巴，跟自己较劲，就连做梦还在念叨广告词。

”我一边说着一边把目光停留在团队中年纪最小的刘剑身上。

一阵哄堂大笑之后，我继续说，“在我为创意推行体罚制度以来，刘剑是第一个积极响应的，还记得你们上次为伯爵地板讨论的那几个创意吗？

我都不满意，最后只能我自己想了，如果我想不出好创意，我们公司的招牌就完蛋了，我从上午十点钟一直静坐到下午五点钟，中间不吃饭不喝水，经历艰难而痛苦的肯定与否定之后，才诞生现在的《接缝篇》、《耐磨篇》、《防潮篇》、《耐烫篇》、《防晒篇》、《跑步篇》、《培训篇》等一系列的广告。

记得那天中午刘剑推门去看我时，我还正一个人坐在座位上抽自己嘴巴……”

<<推手>>

后记

市场没有太多规则可言，它是一个大江湖，在这个江湖里相互厮杀的人，要想赢，那就必须有狠劲，拔刀的速度要快，杀敌的力度要猛。

所以，在这个圈子里呆久了我时常感到一种压抑，难以自拔。

自从上小学开始，认得汉字以来，我就爱在纸上写写画画，把自己脑子里、心里的一些稀奇古怪的话都写出来，自个儿没事自娱自乐，习惯成自然，不写点东西好像这日子没过似的。

我是做策划出身的，策划人这个职业太辛苦，成就感、挫折感交替不断，偶尔也会心情悲愤，虽无愧于自己，但有愧于生命。

在书里我把几个真实的营销策划案例以故事的形式编写出来，出炉和各位看官见面，希望通过这本书与更多的朋友交流、分享。

市场没有太多规则可言，它是一个大江湖，在这个江湖里相互厮杀的人，要想赢，那就必须有狠劲，拔刀的速度要快，杀敌的力度要猛。

所以，在这个圈子里呆久了我时常感到一种压抑，难以自拔。

有时深陷在恶劣的情绪中无力逃脱，只能不停地工作，用奔命来掩饰自己的恐慌。

我写这本小说，就是想把这个真实的江湖斗争展现给大家，其中的各种滋味，就敬请各位慢慢品尝了。

当我终于画下最后一个句号的时候，我感觉到自己从心里有一种被释放的感觉，同时，我把这种感觉跟我的家人、朋友们来分享。

感谢郑辉老师，茫茫人海中，你的慧眼给了我出版心血的机会，我知道，这种幸运不是每个人都有的，以后我会一如既往，再接再厉。

感谢为我的处女作作序的挚友、作家魏子先生。

我清晰地记得，我的创作之路是由于你的作品出版发行后的刺激而开启的。

我现在仍然时常回想当年咱们做同事的快乐日子，等有机会再把酒言欢时，我定要多敬你一杯。

感谢我的父母，感谢我的老婆，有了你们的支持，我才有勇气走到今天。

<<推手>>

媒体关注与评论

为了赚钱而鼓励顾客多买商品，那你只是一个沿街叫卖的小贩。
为顾客的利益而宣传商品，那你已是一个推销的行家。

——营销大师 齐格·齐格勒

<<推手>>

编辑推荐

《推手:高端营销的幕后机密》：一部员工和老板必读的营销书。
这不仅是一本小说，还是一个不败销售的真实故事。
国内权威营销专家现身说法、透视商界，有人的地方就有江湖，有人的地方就有营销。
营销人士的江湖管理人士的境地成功人士的天堂

<<推手>>

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>