

<<销售女神董明珠>>

图书基本信息

书名：<<销售女神董明珠>>

13位ISBN编号：9787801799708

10位ISBN编号：7801799704

出版时间：2011-1

出版时间：中国致公出版社

作者：肖文键

页数：232

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>

<<销售女神董明珠>>

前言

“格力——董明珠”。

提起世界品牌格力空调（以下简称“格力”），人们肯定会提起董明珠的名字。

是格力造就了她这个商界传奇人物，还是她让格力创造了一个个销售神话？

世界品牌格力已有口皆碑，董明珠的销售秘笈《棋行天下》、《行棋无悔》两本书也正得到越来越多读者的赞誉。

自2004年以来，董明珠已连续5次被美国《财富》杂志评为全球50大商界女强人。

董明珠是创造中国家电市场销售神话的领军人物，她的名字牵动着整个中国空调市场的每根神经，荣膺“商界木兰”、“中国营销女皇”、“商业铁娘子”、“中国最具影响力的商业领袖”等称号。

在荣誉面前，董明珠却反复强调：“没有格力就没有我的今天！”

但我们知道，在营销领域，是她创造了许多在同行看来“根本不可能实现”的奇迹：经销渠道先付款再发货，淡季返利模式，区域销售公司模式，独辟蹊径自建格力专卖店渠道模式……董明珠的故事，可以告诫无数营销人员，企业成功不能靠投机取巧，成功是做好企业的本分，要让企业运营回归到营销的最基本层面。

很久以前，男人写下规则，制定标准，主宰着商业世界。

为了在这个依然以男性居多的商界取得成功，女人也凭借其独特的魅力，大放异彩。

商场如战场，没有谁会因为对手是女性而手下留情。

虽为商业圈里少有的女性，但从不服输的董明珠认为，管理模式只有管理思想对错，不分男女，唯一的办法要自己先放弃性别之差。

<<销售女神董明珠>>

内容概要

铿锵玫瑰书写商界传奇。

她36岁南下闯世界，从担任一个集体小空调厂的销售员开始，凭借出色的才干一直升至格力电器总裁；她领导的格力电器连续多年空调产销量、销售收入、市场占有率居中国市场首位，家用空调产销量连续3年蝉联世界第一；她以特立独行的销售模式独步天下，一系列“叫板国美”似的铁腕手段彰显其行棋无悔的品格，而她所倡导的“工业精神”更是发人深省。

董明珠的成功，在于她对信仰的坚持，对梦想的追求，在于她那追求“立功”的人生目标。

一个拥有高尚信仰的人，在浮躁的社会里，坚定不移地践行着自己的信念，可敬、可佩，更值得我们去学习！

<<销售女神董明珠>>

作者简介

董明珠

1954年，出生于江苏南京-个普通家庭。

1975年，参加工作，在南京一家化工研究所做技术工作，然后结婚生子。

1990年，加入珠海格力电器股份有限公司，任销售员。

1992年，凭着勤奋和诚恳，董明珠在安徽的销售额突破1600万元，占整个公司的1 / 8

<<销售女神董明珠>>

书籍目录

前言第一章 巾帼不让须眉 光环闪耀的“铁腕”女人 初入商海的艰辛跋涉 一腔热血，终成皇冠
我永远是对的 单纯的信念需要疯狂的热情去实现第二章 总是掌握主动权 临危受命，任重道远 权
力之争清者胜 与经销大户的较量 镇压“内乱”。
处变不惊 交锋黄光裕：“格美大战”第三章 重新制定游戏规则 先款后货。
绝不赊欠 拒不降价 从不降价到率先降价的转变 返利经销商 独辟营销渠道 简约主义的胜利
不断制定新的游戏规则第四章 做行业的领跑者 坚守“吃亏”的工业精神 创新产品要有核心技术
解读格力模式 跟着董明珠，格力不会输 “珠海二珠”的完美合作第五章 缔造格力文化 中国制造
走向中国创造 专业化铸就核心竞争力 零缺陷质量管理 以德为先的人才观 强烈的社会责任意识
第六章 没有售后服务才是最好的服务 返璞归真，品质是本 没有售后服务才是最好的服务 用户大
回访第七章 铁腕也温情 工作中没有柔情，生活中处处彰显温情 女性本色的回归 儿子是永远的安
慰附录董明珠创业年度荣誉简历董明珠语录格力电器大事记(1985年至今)

<<销售女神董明珠>>

章节摘录

董明珠在成就自身的同时，更是与格力电器董事长朱江洪一起，造就了格力空调从默默无闻到号令三军的神话：从当年的2万台空调，到中国乃至世界上最大的空调企业，格力17年来在群雄逐鹿、狼烟四起的市场竞争中，不仅插上了突飞猛进的翅膀，而且不经意间超越了同行，开始了自信的“领跑”。家电行业自本世纪初开始远离公众视野，许多企业偃旗息鼓，另一些则茫然潜行。

但远在广东珠海这座休闲城市的格力电器依然倔强生长着。

在相当长的时间内，这家企业没有进行根本改制，甚至一度爆发了与母公司的矛盾，但“英勇”的董明珠毫不退却，顽强战斗，在一个被世人普遍视为微利的、同质化竞争的家电行业中硬是制造出一个利润“奶牛”——2008年，在国际金融危机之风劲吹的一年，实现净利润21.03亿元，比上年增长65.6%。

企业规模也是芝麻开花节节高，2001年70亿元，2003年138亿元，2005年230亿元，2007年380亿元，2008年420亿元，2009年虽然遭受经济危机的冲击，但格力电器的销售和科研都取得了骄人的成绩，其销售收入接近500亿元，逆市之中再创历史新高。

在2010年，格力确定了销售收入突破500亿元的目标。

2006年9月6日上午，庄严的北京人民大会堂内，在1000多双眼睛的注视下，珠海格力电器股份有限公司总裁董明珠代表格力电器，接受了中国最高的质量技术检测监督机构——国家质检总局和中国名牌战略推进委员会所共同授予的“中国世界名牌产品”称号，格力由此成为中国空调行业第一个也是唯一一个世界名牌产品。

<<销售女神董明珠>>

后记

本书之所以能够诞生，当然最应该感谢的是董明珠女士。

感谢董明珠女士及其所领导的格力电器，让我们能够有机会分享到这么多极富传奇色彩的营销故事。

在此谨向董明珠女士及其所领导的格力电器表示最崇高的敬意和最真诚的谢意。

在本书的编写过程中，由于所涉及的资料和图片选取来源范围较广，兼时间仓促，部分资料未能（正确）注明来源及联系版权所有者并支付稿费，希望版权拥有者在见到本书及声明后及时与我们联系，我们会尽快办理相关事宜。

在此表示感谢与歉意。

同时，由于很多资料是通过网上获得的信息，甚至还有一些内容根本无法知晓其作者，在此也真诚地感谢他们为本书所作出的贡献。

最后，由于作者水平有限，若书中出现不足之处，敬请大家谅解指正。

<<销售女神董明珠>>

媒体关注与评论

十年磨一剑，她永不妥协，专注如一，用“中国制造”创造世界纪录。

她让全球为东方明珠喝彩：好产品，中国造。

——CCTV年度经济人物颁奖词她是中国家电业唯一跟国美唱对台戏的人，她比谁都了解个中代价，她就是不屑。

誓言“永不进国美”的她，硬是在6年时间里，在全球建立起10000家专卖店。

——《中国企业家》在她的处世原则中有两点是必须坚持的：一个是，原则的东西不放弃，大事讲原则，小事讲风格；另外一个就是，与人交往，只谈感情不谈工作，朋友间不能有生意上的联系。或许正是她本人对“原则”的坚持，才被大众所钦佩，所认可。

——《京华时报》

<<销售女神董明珠>>

编辑推荐

《销售女神:董明珠》：一个照亮中国经济并给困境中的企业和个人以巨大启发的倔强女人。她的一举一动，往往成为营销界、理论界津津乐道的经典案例；她的一颦一笑，甚至不经意间的举手投足，都可能影响、左右空调行业竞争的风向和前行的轨迹。

我的性格是不屈服，积极寻求公平与各方面的平衡，不做无原则的让步。

——董明珠董明珠简历1954年，出生于江苏南京-个普通家庭。

1975年，参加工作，在南京一家化工研究所做技术工作，然后结婚生子。

1990年，加入珠海格力电器股份有限公司，任销售员。

1992年，凭着勤奋和诚恳，董明珠在安徽的销售额突破1600万元，占整个公司的1 / 8。

1994 ~ 1995年，任珠海格力电器股份有限公司经营部部长。

1996 ~ 1997年，任珠海格力电器股份有限公司销售公司经理。

1997 ~ 2001年，任珠海格力电器股份有限公司副总经理。

2001 ~ 2006年，任珠海格力电器股份有限公司总裁。

2006年至今，任珠海格力电器股份有限公司副董事长、总裁。

<<销售女神董明珠>>

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>