

<<营销人生存手册>>

图书基本信息

书名：<<营销人生存手册>>

13位ISBN编号：9787801978592

10位ISBN编号：7801978595

出版时间：2008-1

出版时间：企业管理

作者：屈云波

页数：294

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>

<<营销人生存手册>>

内容概要

一个企业从创立的第一天起，首先需要学会的就是生存；一个人在从事营销工作的第一天，就应该学会如何让自己生存，如何通过自己的生存为企业的生存做出贡献。

企业的生存离不开营销。

而营销需要善于营销的人。

研究发现，善于营销的人不外乎以下四种： 第一、先卑后官者——从一线业务成长起来，从基层业务代表做到高层管理者的人。

第二、先工后商者——先在企业从事一般的营销工作，后成功转型为经销商的人。

第三、先实后师者——从实战营销人跃升为著名营销咨询师、营销培训师的人。

第四、先弃后企者——放弃了从事多年的营销岗位，开创新企业的人。

这类人未必是最擅长营销的人，却一定是不甘心只擅长营销的人。

而这四种人的共同特点就是：因为会生存，所以会营销；生存得越来越好，就会把营销搞得越来越好。

由此，我们说：不会生存就不会营销！

能在不同的环境生存好，就能把不同环境下的营销工作搞好。

于是，在销售与市场杂志社常务副总编、国内著名营销专家刘春雄老师的领衔编著下，《营销人生存手册》一书终于可以捧至诸位。

该手册主要分为三部分：第一部分为“营销人生存手册”、第二部分为“营销人生存法则”、第三部分为“营销人脱颖而出之捷径”。

三部分内容提供了不同角色营销人的生存指南、生存法则和晋升捷径，切合中国营销人的工作环境和生存状态，“想当将军”的业代和“已当将军”的老总皆能从中发现己之所需、感悟一二。

<<营销人生存手册>>

作者简介

刘春雄：《销售与市场》副总编、郑州大学管工系副教授。
曾出版《为中国经销商咨询》、《营销前沿》、《营销创新》、《老板总是最后知道坏消息》、《解读本土标杆企业》等专著，发表文章100多篇。

戴鑫：华中科技大学博士、《销售与市场》专家团成员、独立咨询师

<<营销人生存手册>>

书籍目录

序不会生存就不会营销第一部分 营销人生存手册 业务员生存手册（上） 业务员生存手册（中）
业务员生存手册（下） 销售经理生存手册（上） 销售经理生存手册（下） 营销老总生存手册
经销商生存手册第二部分 营销人生存法则 业务员生存“三十六法则” 区域经理“十汰十胜”法则
大区经理“八荣八败”法则 销售总监四“输”五“经”法则 企划总监“七上八下”法则 产品
经理“九死一生”法则 营销老总三“纲”五“常”法则 跳行，跳出一片蔚蓝第三部分 营销人脱颖
而出之捷径 一线员工脱颖而出六捷径 业务代表：六步提升法 地区经理：脱颖而出七捷径 省级
经理：脱颖而出七捷径 销售主管：脱颖而出七捷径 通往营销副总的六条快车道 促销员到促销主
管：健康成长六要素 营销新人到企划主管：六种能力这样练跋：超越本能的生存之道

<<营销人生存手册>>

媒体关注与评论

“毛遂必然自荐，廉颇终将会老。

”没有一个业务员愿意在基层的岗位上干一辈子，也没有一个营销老总能够在老总的位置上一直到老。

不管是否愿意或者是否能够，营销人自工作的第一天起，就面临着岗位的汰换，要么欣喜晋级，要么被无情淘汰！

“灯不挑不亮，船无塔难行。

”中国第一代营销人从事营销工作时，虽有国际营销大师告诉他们怎么做营销，但是，不会有人告诉他们如何应对岗位的汰换，如何适应不同岗位的生存规则和潜规则。

谁来把灯挑亮？

谁能为船指航？

历经十余年的营销实践，中国第一代营销人在摸爬滚打中，洞悉中国8000万营销人的工作环境和生存状态，终于形成了这本“关注8000万人、8000万人关注”的《营销人生存手册》。

有人栽树，有人种草；树越长越高，草年年死掉。

你愿意栽树，还是愿意种草？

最终的答案就取决于你是否懂得生存之道！

<<营销人生存手册>>

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>