

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

图书基本信息

书名：<<找到你最适合的营销与销售工作>>

13位ISBN编号：9787802235892

10位ISBN编号：7802235898

出版时间：2010-1

出版时间：中国三峡出版社

作者：《找到你最适合的工作丛书》编委会

页数：246

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>

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

前言

由于经济危机的影响，毕业生就业压力不断加大，“毕业等于失业”的说法好像越来越真切。2000年以来，中国经济虽然持续增长，但是，我国城镇登记失业率却节节攀升，同时普通高校大学生就业率也一直徘徊在70%左右。

问题在于，普通高校毕业生人数大比例上升。

多年的高校扩招为就业市场提供了庞大的人才资源，而一定时期内企业的规模不会持续增长，因此，高校就业市场近年来一直处于供大于求的状态。

曾经“不愁嫁”的“热门专业”，如会计、工商管理、计算机等专业，都因为专业扩招以及毕业生质量参差不齐的原因，成为就业困难户。

现在任何专业都不是就业的保障，只有真才实学，符合企业的需求，让企业感觉到你对它确实有价值，才有可能在芸芸就业人口中脱颖而出，成为“人才”。

因此，对于大学毕业生、一般就业者来说，找工作越来越困难了。

而找到适合自己的好工作，更是难上加难。

找到一份工作，找到一份好工作，找到一份适合自己的好工作，是每一个正在准备就业的人的最大心愿。

但是，怎样才能找到一份适合自己的好工作？

这是一个问题。

找到一份适合自己的好工作有几个关键：一是工作要好。

这相对于就业者来说，一方面是指工作本身薪水不低，社会地位不错；另一方面是指工作本身有好的发展前景。

二是适合自己。

就是说，工作本身的专业特质与就业者的性格、素质相匹配，让就业者既能胜任这份工作，又对工作保持相当的兴趣，不会因为工作而厌倦。

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

内容概要

随着大学扩招，就业压力不断加大，“毕业等于失业”的说法好像越来越真切。

找到一份工作，找到一份好工作，找到一份适合自己的好工作，是每一个正在准备就业的人的最大心愿。

但是，怎样才能找到一份适合自己的好工作呢？

本书是就业指导专家和大企业的招聘主管，通过对营销与销售职位进行分析，并运用职业测评和就业指导等相关理论和招聘实践，对当今社会正在找营销与销售工作的大学生和其他求职者提供帮助。本书还给出了营销与销售具体职位的工作分析、职业匹配测评、应聘技巧和就业准备等，力争让每一个求职者都可以找到真正适合自己的营销与销售工作。

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

书籍目录

前言 你最适合什么样的工作导论 营销与销售工作对求职者的基本要求 一、什么人适合做营销与销售工作 二、营销工作的任职要求 三、销售工作的任职要求 四、求职者与营销(销售)工作的适合度测评 五、熟悉营销与销售职位招聘甄选流程 营销与销售部门职位甄选初试——基本职业性向测试 营销与销售部门职位甄选复试——职业知识技能测试 营销与销售部门职位甄选终试——工作实务能力测试上篇 找到你适合的营销工作 第一章 营销职位系统 第二章 你适合的基层营销职位 第一节 市场助理 第二节 公关助理 第三节 广告专员 第四节 市场调研分析员 第三章 你适合的中层营销职位 第一节 市场部主管 第二节 策划部经理 第三节 公关部主管 第四节 客户服务中心主管 第五节 品牌经理 第四章 营销职位甄选一般试题 个性特质测试 威廉斯创造力倾向测试 营销人员健康测试 营销管理能力测试 人际交往能力测试 沟通能力测试 服务潜能测试 谈判能力测试下篇 找到你适合的销售工作 第一章 销售职位系统 第二章 你适合的基层销售职位 第一节 销售工程师 第二节 销售代表 第三章 你适合的中层销售职位 第一节 销售主管 第二节 渠道经理 第四章 销售职位甄选一般试题 自信心测试 职业兴趣测试 气质类型测试 压力承受能力测试 适应能力测试 工作抱负测试 沟通能力测试 人际问题处理能力测试附录 职位匹配测评基本理论后记

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

章节摘录

营销与销售工作对求职者的基本要求一、什么人适合做营销与销售工作市场营销是引导产品和服务从生产者流转到消费者或用户所进行的一切企业活动。

企业的市场营销活动包括市场营销研究、产品开发、定价、分配、推销、促销、售后服务等一系列的经营活动过程。

而推销、销售仅仅是企业市场营销活动过程的一个环节，而且还不是最重要的部分。

市场营销管理是指为创造达到个人和组织目标的交换，而规划和实施理念、产品服务的构思、定价、分销和促销的过程。

理解这一概念要注意以下几点：第一，营销管理是一个建立在市场交换基础上的过程。

第二，市场营销管理首先表现为以什么样的经营理念来看待企业提供的产品与服务。

第三，营销管理要求达到使交换能有利于营销者，即营销者期待的交换能够顺利进行并得到成功，为此而使用如定价、促销、分销这些营销工具的目的。

第四，营销管理包括分析、计划、执行和控制这些基本的管理活动。

一般的企业往往把营销和销售混为一谈。

其实，营销与销售是有区别的。

营销是一种现代经营思想，其核心是以消费者需求为导向，消费者或客户需求什么就生产销售什么。

这是一种由外向内的思维方式。

销售主要是以固有产品或服务来吸引、寻找顾客，与营销相比，恰恰相反是一种由内向外的思维方式。

营销与销售的区别是观念上的根本区别，市场营销观念和销售观念是在对待组织、顾客和社会三者利益冲突上不同的观念。

销售观念认为，如果听其自然的话，消费者通常不会足量购买一个组织的产品，因此，有必要进行积极推销和进行大量促销活动，即认为销售数量和企业促销努力成正比。

作为现代营销之父的菲利普·科特勒先生认为：“当顾客步入商品陈列室，企业推销员便开始揣摩来者的心思，如果有一位顾客喜欢某种式样的汽车，推销员就会马上告诉他，另一位顾客正好也打算买这辆汽车，因此要当机立断。

如果顾客因为价格而犹豫不决，推销员马上又会提出他可以找经理商谈，把价格降得更低些。

这位顾客等了10分钟，推销员就满面春风地出来说：“老板起初不同意，但我好歹说服了他。

”这样做的目的是为了激发顾客立即购买。

”而营销观念是与销售观念大相径庭的。

彼得·杜拉克说过：“某些推销工作总是重要的，然而营销的目的就是要使推销成为多余。

营销的目的在于深刻地认识和了解顾客，从而使产品或服务完全适合他的需要而形成产品自我销售。

”简单来说，营销以消费者为中心、以竞争为基础、以协调为手段，企业利润是营销的结果而不是企业的目的。

营销往往以长远的战略眼光确定大的方向和目标，以切实有效的战术谋策达成中短期目标，其中，销售只是起着商战中先锋的作用。

而营销的这些特性，会激发、训练从事这项工作的人的长远商业目光及把握市场机会的欲望和能力。

概念上，营销是一种以外向内的思维，它更能适合于市场，所以营销不但适合于企业的长远发展，同时也是一种以市场为本的谋利思维。

营销看重结果，但更善于分析研究市场，并做出相应对策；但市场营销的一个重要要素是“整合”，也就是将企业现有的各种要素及企业想要达到的目标，与市场需求有机结合起来，并密切关注竞争者的情况和可能采取的措施。

销售则是结果第一，追求效率，所以为人、技巧、经验、机遇占成功的极大比例。

由于销售的这种特性，很容易导致从事销售的人失去长远的目光。

概念上，销售是一种以内向外的思维，而目前，市场由以前的卖方市场转变为眼下的买方市场，销售的思维方式已很难适合当前的市场需求。

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

从而可以说销售更侧重于短、中期目标的实现，是一种重利、轻市场的思维。

总之，销售的目的是把产品推销给用户换回金钱，而营销的目的是让用户拿着金钱主动购买你的产品。

营销与销售本质上是同一部门，具有很多共性。

但是，营销与销售毕竟有区别，适合做营销与销售的人员也有一定的不同。

适合做营销的人，主要有以下特点：1．乐观自信营销人员应该具有乐观自信的心态。

信心是人们从事某项事业的精神支柱，如果一个人的精神垮了，那么，他无论如何也不会取得成功。

信心是企业成功的保证，而企业的营销人员是否有信心，又会直接影响到企业其他人员的信心。

信心并不是与生俱来的，它一方面来自于实力，另一方面则来自于一个人的性格。

就性格而言，一个人的心态对他的信心有很大的影响。

一般情况下，保持乐观的心态是产生信心的重要条件。

作为一名营销人员必须拥有一种乐观的心态，这对于增加信心是十分重要的。

2．善解人意所谓善解人意指的是站在顾客的角度思考问题，想顾客之所想，急顾客之所急。

这里的善解人意有两重含义：一是善解人意的范围是宽的，不仅指对顾客善解人意，也指对本单位的同事要善解人意，对其他部门的同事要善解人意，因为营销要牵涉到与诸多关系的处理。

二是必须站稳立场。

作为营销人员，一方面要通过善解人意了解别人，另一方面要在了解的基础上努力将消费者的个人欲望与企业的利益有机地协调起来。

3．有坚韧不拔的毅力营销人员要赢得顾客信赖，必须付出艰苦的劳动，做长时间等待的思想准备。

我们经常说，先交朋友，再做买卖。

其实，先交朋友的阶段就是取得顾客信赖，打消顾客戒备心的阶段。

在这个阶段，营销人员必须做好不被顾客理解，“热脸蛋碰上了冷屁股”的思想准备。

事实上，检验一个营销人员是否合格的重要标志就是能否在困难的情况下将组织的目标和消费者的欲望有机地结合起来。

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

后记

每一年，总有数以百万计的人需要为自己的生活奔波，成为找工作大军中的一员。怎样找到适合自己的好工作，努力提高自己的能力素质，提高自己在人才市场的竞争力当然是必不可少的基础。

但是，仅仅这样是不够的，我们还必须做到知己知彼，知道用人单位需要什么样的人，用人单位怎样选择自己需要的人。

这也就是我们这套《找到你最适合的工作丛书》的宗旨所在，从用人单位每一个具体的用人、选人的角度，为大家提供提高自己素质的借鉴和找到适合自己工作的指导。

从书中我们已经知道，要找到适合自己的工作，就必须能让自己与职位相匹配。

个体差异是普遍存在的，每一个个体都有自己的个性特征，而每一种职业由于其工作性质、环境、条件、方式的不同，对工作者的能力、知识、技能、性格、气质、心理素质等有不同的要求。

进行职业决策（如选拔、安置、职业指导）时，就要根据一个人的个性特征来选择与之相对应的职业种类，即进行人一职匹配。

如果匹配得好，则个人的特征与职业环境协调一致，工作效率和职业成功的可能性就大为提高。

反之则工作效率和职业成功的可能性就很低。

帮助大家做到人一职匹配，正是我们要在每一个具体职位上为大家作出努力，希望能对大家就业找工作有帮助。

在本书成书过程中，参与本书编写、提供资料与建议的人员主要有植凤寅、任冀湘、胡开学、米风华、陈东、葛长江、宋明科、程玉玺、辛传道、杨贺、范生、李清、李度、侯娴静、华名风、张山、张思成、白孟府、车铁心、杜夫言、付豫、郭建国、王星火、黄永朝等，特此感谢。

本书也收集了一些其他研究者、爱好者的著述与资料，希望能对大家有所帮助，如有问题，请直接与作者联系。

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

编辑推荐

《找到你最适合的营销与销售工作》：找到一个工作，找到一个好工作，找到一个适合自己的好工作。

一本全方位指导找工作的经典范本。

一本超级实用的求职指南。

一册在手，找到好工作不犯愁；直指要害，轻松就业不再是梦。

找到一个适合自己的好工作有几个关键：一是工作要好。

这相对于就业者来说，一方面是指工作本身薪水不低，社会地位不错；另一方面是指工作本身有好的发展前景。

二是适合自己。

就是说，工作本身的专业特质与就业者的性格、素质相匹配，让就业者既能胜任这份工作，又对工作保持相当的兴趣，不会因为工作而厌倦。

三是怎样找到这样适合自己的好工作。

找工作需要有针对性，有技巧。

更需要有方法找工作需要对工作进行具体的职位分析；是否适合自己需要进行职业测评。

只有把这三者结合起来，才能算是找到适合自己的好工作。

<<找到你最适合的营销与销售工作>>

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>