

<<营销人生大智慧>>

图书基本信息

书名：<<营销人生大智慧>>

13位ISBN编号：9787111319221

10位ISBN编号：7111319222

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业

作者：张计划

页数：198

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>

<<营销人生大智慧>>

内容概要

市场经济大潮涌，营销人需大智慧。

三百六十行，隔行不隔理，聪明人不需要事事亲历。

熟读他人经历可得次生智慧，积少成多、触类旁通即可汇为大智慧，于人生裨益多矣。

最新锐的营销专家，集10余年实践与研究之功力，潜心3年打造而成的一部力作！

由故事串起来的营销知识，读来令人时而开怀大笑，时而击节叹赏，时而有山重水复之惑，时而有柳暗花明之悟！

<<营销人生大智慧>>

作者简介

张计划，为中国人民大学经济学博士，中利启源（北京）管理顾问公司首席培训师，目前任教于暨南大学管理学院。

有10余年营销咨询、培训和研究的经验，曾先后为太平洋百货、北京赛特、广百集团、广东天枝广告和万家乐集团等企业提供培训及咨询服务。

出版专著、译著、教材10余本

<<营销人生大智慧>>

书籍目录

目录 导言 做人与营销的共通之处 故事：让自己一炮而红 远大的目标与胸襟 故事：反秦三杰有梦想 故事：小作坊的凌云志 换位思考善待他人 故事：丘吉尔投桃报李 故事：女车主大智若愚 想方设法推销自己 故事：张大千“仿冒”成名 故事：水果贩沟通有技巧 用心学习与经营 故事：斯皮尔伯格的鬼点子 故事：王永庆卖米的智慧 不拘常规敢创新 故事：西铁城“空投”手表 故事：烟草商顺水推舟 第一部分坚持与人为善不惧与狼共舞 第一章洞察人心方能长袖善舞 故事：“傻孩子”瞒天过海 理解人类的需求 故事：牧羊人点化人生 故事：迪士尼顺手牵羊 子非鱼安知鱼之乐 故事：祸福难判安全带 故事：体验营销数宜家 谁是关键决策者 故事：“不解风情”的岳飞 故事：有一种娱乐叫麦当劳 发掘顾客兴奋点 故事：皇帝迷上“木匠活” 故事：碧桂园“学校”救市 突破顾客心理防线 故事：“全裸”洗衣机 故事：黄金厕所冲击波 故事：Kappa中国惊艳变身 让购买变成一种乐趣 故事：“幸运糖果”赛游戏 故事：“病毒营销”我为卿狂 第二章营销必须与人为善 故事：郑板桥妙用“苦肉计” 做人需要低姿态 故事：虚心人海纳百川 故事：真学问不怕考验 将顾客当做恋人 故事：最牛销售欲擒故纵 故事：“家装顾问”家得宝 故事：戴尔电脑眼中只有你 让员工施展抱负 故事：猪八戒能否成为好员工 故事：奥巴马凭什么赢 故事：销售奇迹是怎样炼成的 合作者都是兄弟 故事：天堂距离地狱有多远 故事：麦当劳力挺加盟商 故事：马云的“三个代表” 达则兼济天下 故事：福特为平民造汽车 故事：陈光标倾力慈善秀 第三章变化世界中把握营销 故事：维他奶常变常新 全球文化冲突与融合 故事：从“刮痧”看中美差异 故事：雷人的日本“厕所文化” 故事：诺基亚怎样跨文化营销 在乱局中把握机会 故事：袁世凯浑水摸鱼 故事：索罗斯“兴风作浪” 故事：李维斯曲线“淘金” 左右逢源的交际手腕 故事：看胡雪岩怎样“傍大官” 故事：经销商妙计“蛇吞象” 顺应和驾驭全球化大势 故事：Swatch巧施连环计 故事：合纵连横的利丰绝技 知己知彼胜算多 故事：康师傅败中求胜 故事：默多克“攻城拔寨” 第四章锻造必然成功的性格 故事：初生牛犊不怕难 举重若轻平常心 故事：石崇斗富惹祸端 故事：巴菲特以逸待劳 培养高效工作的习惯 故事：洛克菲勒的冷与热 故事：戴尔中国擒贼擒王 个人气度成就事业高度 故事：苏格拉底的“好心态” 故事：宠辱不惊曾国藩 故事：天降大“任”任正非 描画多姿多彩人生 故事：白马与毛驴的对话 故事：“处女”老板爱作秀 逆流击水显英豪 故事：玻璃板下的跳蚤 故事：金大中百折不挠 故事：史玉柱东山再起 第二部分服务走正道，营销出奇招 第五章选择比努力更重要 故事：卖鞋境界有高下 好产品就一定好卖吗 故事：脑白金有没有真相 故事：销售之王的七杀招 给顾客一个购买理由 故事：向和尚卖梳子的艺术 故事：奇瑞QQ扮可爱 故事：苹果iPod写传奇 扬长避短巧策划 故事：“飞黄腾达”真人秀 故事：富豪榜背后的故事高手 故事：发掘地产的“人文之美” 品牌定位有学问 故事：宝洁品牌多子多福 故事：哈雷摩托的激情梦想 故事：叶茂中“策划”闯天下 说出你的品牌故事 故事：哈根达斯“绑架”爱情 故事：时尚ZARA兵贵神速 第六章打造卓越执行力 故事：公园防盗有高招 果断行动莫迟疑 故事：年轻人将计就计 故事：袁宝璟敢作敢为 聪明人也要下笨功夫 故事：邮政大臣喝厕水 故事：发明大王爱迪生 只有偏执狂才能生存 故事：破釜沉舟楚霸王 故事：刚正不阿海青天 简化标准化是利器 故事：小镜子可退强敌 故事：德国首富只放一只羊 故事：标准化助力真功夫 让听到炮声的人决策 故事：诸葛亮不是恋权人 故事：卡尔松“倒转乾坤” 故事：海底捞大打服务牌 第三部分信息是财富之门学习乃进步之梯

章节摘录

插图：家得宝的店员和厂商促销员身穿橙色围裙，左襟别着绿色的徽章，上面写有“请问我”（AskME）的字样。

他们在与顾客目光接触时便会主动微笑，点头致意。

知识丰富的干练员工热心为顾客着想，深谙家得宝DIY牛仔精神的精髓，不但可以告诉你每个产品的专业知识和优劣，还会顺便为你推荐周边和配套产品。

为了给顾客省钱，让顾客放心购买，家得宝制定了所购材料“差价返还”政策，实行剩余材料无理由退货制度。

凡在家得宝所购商品价格高于同类超市，15天内将书面证明交家得宝，会得到200%的差价返还。

装修后剩余材料如果完好无损，装修设计中心可协助退货。

家得宝多次荣获“年度最佳零售商”，已连续七年被评为“优良绩效零售商”。

作者点评：家得宝从顾客利益出发。

鼓励职员运用专业知识，协助顾客做出既省钱又高效的明智决策。

与众多顾客建立了长期共赢的良性关系，得到的是每位顾客的终身购物价值。

传统销售理论认为，顾客是上帝，服务是为了更好地卖出产品；而顾问式销售认为，顾客是朋友、是营销者的利益共同体，服务本身也是商品，可以实现与顾客之间的良性沟通。

由此可见，顾问式销售赋予销售者3个角色：客户的朋友、销售者和顾问。

因此如何扮演好这3个角色，是实现顾问式销售的关键所在。

顾问式销售对销售人员提出了很高的要求，首先要求销售人员具有完备精深的专业知识。

要了解产品的各项性能指标，了解自己产品与竞争产品相比的优缺点。

顾客不知道的，你要知道；顾客知道的，你要知道得更详细。

其次，需要耐心倾听，了解顾客的购买意向和特殊要求，适当时间的专业发问，询问产品可能的使用环境和使用频率，进而挖掘产品的特点和卖点，将顾客需求与产品特点对接。

最后，顾问式销售不是简单地销售产品，不是卖东西给客户，而是帮客户买东西，为顾客提供解决方案，要求销售人员始终站在客户的角度思考问题。

<<营销人生大智慧>>

媒体关注与评论

市场经济大潮涌，营销人需大智慧。

三百六十行，隔行不隔理，聪明人不需要事事亲历。

熟读他人经历可得次生智慧，积少成多、触类旁通即可汇为大智慧，于人生裨益多矣。

——中国人民大学李金轩教授、博导讲古今中外故事，悟兴衰存亡智慧。

成功营销能给企业带来源源不断的顾客和滚滚财源，也能给个人带来富足的人生、和谐的人际关系以及施展抱负的广阔天地。

——广州百货集团、广百股份荀振英董事长一本值得每个人细细品味的书，尤其对营销人来说，是职业发展必不可少的枕边书。

——国务院发展研究中心市场所王微博士、副所长营销实战中，与人为善、以客为尊是正，不拘常规、破旧立新是奇，怎样守正出奇，才能无往不胜？

书中大量的故事和深刻的点评带给我们诸多启示。

——广州市商业储运公司高艺林总经理通过故事深入浅出地讲述营销，揭示营销本质，提炼人生智慧，相信读者会受用终生。

——浙江财经学院吴宏教授、博士除了商业机构之外，政府、学校、医院等非营利性机构也需要营销，无论你从事何种职业，成功的人生离不开营销的意识和技巧。

该书轻松诙谐的写作风格、令人耳目一新的观点、直击事物本质的犀利值得我们再三品读。

——暨南大学管理学院陈海权教授、博士

<<营销人生大智慧>>

编辑推荐

《营销人生大智慧》是由机械工业出版社出版的。

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>