

<<八闪十二翻>>

图书基本信息

书名：<<八闪十二翻>>

13位ISBN编号：9787509604830

10位ISBN编号：7509604834

出版时间：2009-2

出版时间：经济管理出版社

作者：崔自三

页数：202

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>

## <<八闪十二翻>>

### 前言

自三弟出版《八闪十二翻——超速营销突破法》一书，可谓正当其时。

全球性的经济危机，深深地影响了中国的诸多行业与企业，这场全球性的经济衰退风暴，不仅使中国本土一些企业，尤其使中小企业面临生存与发展的危机，而且，也对本土企业的市场营销的方法与手段，进行了一次全新的审视与检核。

那么，在经济滞胀的今天，企业应该如何做好营销工作，企业营销人员应该以怎样的姿态去挑战自我，超越自我，从而创造更好的业绩，其实，在自三弟这本书里面，以上问题或许都能够找到一些答案。

做营销，首先要做好心态修炼。

我们经常说，哀，莫大于心死。

在当前全球经济不景气的情况下，企业经营雪上加霜，对于市场运作来说，由于购买力的下降，给市场的操作带来了莫大的难度。

《圣经》中有一句话说得好，上帝在为你关上一扇门的时候，也会给你打开一扇窗。

因此，在市场危机背后，一定蕴涵着莫大的商机，关键是我们以什么样的心态和姿态来面对。

在书中，自三弟提出了作为一个优秀的营销人员，应该具备自信、学习、乐观、付出的心态，有信心不见得会赢，但没有信心一定输到底。

在当前市场疲软的今天，学习能力更加重要，它决定了一个营销人员的竞争力，只有会学习、善学习，营销人员才能与时俱进，才能更好地去操作市场。

同时，营销人员还要保持乐观的心态，我们都知道向和尚推销梳子的故事，为什么四个推销员同样是做推销，但结果却各不相同呢？

## <<八闪十二翻>>

### 内容概要

华人功夫巨星李小龙的成功在于他善于融会贯通，整合26种世界武道精华。结合中国古典哲学及中国传统武术思想精髓，加上自己的专长，探求和创造了真正属于自己的截拳道。

营销何尝不是如此？

崔自三先生的《八闪十二翻》从中国拳术中的闪翻拳入手，把营销融会贯通，为营销突破提供了独特的视野、理念和方法，值得研读。

《八闪十二翻》最突出的特点就是实战、实效，具有很多创新性的做法，值得借鉴和学习，希望更多的营销人员能够读到这本书。

崔自三先生的这本书，仔细阅读之后，一个总体印象是比较实用，尤其是作为营销人员要有好的心态，要创新性地开拓市场、运作市场，以及做业务要从，乞求到拯救，等观点，这都很适合营销人员，非常好。

崔自三老师集十多年的营销实战精华，重磅推出《八闪十二翻》一书，作为业界同仁我看后感受颇深。

这本书不像其他营销类书籍虚张声势、华而不实，它既有一定的理论高度，又有实战、实效的特点，这本书定能给企业营销带来飞跃性的突破。

这部书是崔自三先生十余年来销售、咨询、培训生涯的智慧之精华，案例详实具体，文字优美生动，观点独到新颖，大家可一“读”为快！

崔自三老师的《八闪十二翻》我是一口气读完的，很过瘾。

这本书用金庸武侠的意境，幽默诙谐的语言，把每一个营销人经常碰到的困惑——化解开来，这不仅是一本营销人的技巧秘籍，更是营销人生存和发展的良师益友。

从事顾问行业这么多年，我一直倡导并努力践行，低成本实效培训与咨询。

真正关注企业的投资回报率问题，这也是崔自三老师实战营销的根本，从理论到操作他都有自己一套成熟的思路与方法。

这本书的出版，对本土企业特别是中小企业的营销破局将会有很大的启发和借鉴价值。

## 作者简介

崔自三，中国总裁培训网金牌讲师；中国培训网首席营销导师；《销售与市场》培训联盟专家讲师；上海影响力教育集团高级培训师；深圳聚成在线商学院特约高级讲师；北京时代光华特约高级讲师；上海联众智达咨询顾问机构项目总监、高级咨询师；卡耐基管理咨询公司高级运营顾问；荆棘鸟管理研究院企业商学院院长；“营销OJT”现场实战训练模拟式创造者；中国国际品牌发展战略联合会专家；2007中国十大最受欢迎的营销专家；经销商战略成长与发展研究专家；中国品牌研究院研究员。

担任《销售与市场》、阿里巴巴等三十余家媒体专栏作家。  
发表销售与管理方面的文章100多万字；有十余年一线市场营销实战经验，历任多家大型企业集团企划总监、营销总监等、曾担任中国啤酒行业四强的金星啤酒集团全国营销总监。

## &lt;&lt;八闪十二翻&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 第一式：站桩翻——运通自身任督二脉 第一节 SHOW出优秀的自己 第二节 潜力是挖出来的  
第三节 求人不如求己 第四节 营销人，你不比别人卑微 第五节 燃起不灭的激情之火 第六节 张开发  
发现美的眼睛，享受营销的点点滴滴 第七节 可持续发展观——做一个“环保型”的营销人第二章 第二  
式：釜底翻——追根溯源，查得市场金矿 第一节 追根溯源——市场调查 第二节 征服——市场开发  
第三节 优质客户层层选——客户的优化筛选 第四节 优中选优——最合适经销商的八大标志第三章  
第三式：燕青翻——引渠浇水，新市场中求天地 第一节 炼出市场火眼金睛——为首战做足准备 第二  
节 旺季冲刺——“蛙跳”战术在新市场中的运用 第三节 明修栈道，暗度陈仓——智取企业资源第四  
章 第四式：化惑翻——抽丝剥茧，选配资源 第一节 SWOT分析——自我分析 第二节 营销人，生意  
人——看准时机，投其所好 第三节 做得好不如做得巧——及时追踪与沟通 第四节 把脉市场。  
打造“示范田” 第五节 整合“亮剑”——经销商的产品管理第五章 第五式：意拳翻——掘地三尺，  
产品源头找费用 第一节 瞄准新产品——“要”费用 第二节 看紧经销商——“借”费用 第三节 变  
换操作模式——“生”费用第六章 第六式：通幽翻——借水行舟，渠道商处得宝藏 .....第七章 第七  
式：柔化翻——逆市涨价求生计，谨防自掘坟墓的游戏陷阱第八章 第八式：波浪翻——惊涛骇浪，智  
破营销危机

## 章节摘录

只有自己看得起自己，别人才能看得起你。

做营销也是如此，要把自己的工作看成是神圣的、高贵的。

习武之人，首先要肯定自己的能力，珍爱武术，抱着积极向上的心态去潜心练习，武功才能达到登峰造极的地步。

作为营销人员，我们不妨也学习武者的心态，充分肯定自己，这样才有信心面对客户，面对营销。

在给很多企业的销售人员培训时，笔者经常给他们灌输的一种思想就是：营销，是一项不分背景、不分出身、不分年龄、不分性别、不分学历的工作。

只要肯定自己、相信自己、有冲劲、有激情，就可以在千军万马的营销人群中，脱颖而出，取得出色的业绩。

你可以没有背景，但你不能没有自信。

自信是做好营销工作的“发动机”，是迈向成功的“助推器”。

有这样一则故事：一个老板招呼他的伙计问询一些账务疑问，胆小的伙计比较害怕一向不苟言笑的老板，所以，听到老板的召唤就急匆匆走进老板屋里，并随手将燃着的烟放进了口袋。

很快，伙计的裤子开始冒烟了。

老板见状，什么也没有说，仍然是冷冷地看着伙计，直到伙计狼狈地离开。

老板的小儿子见此情景感到非常生气，他愤怒地对父亲大喊：“你怎么能这样对待别人！”

”这位老板没有做声，任凭小男孩发泄。

等到小男孩的火气渐渐平息下来时才心平气和地说：“我并没有让他把烟头放进裤子口袋，桌子上有烟灰缸，他可以掐在里面，或者他也可以到门外把烟头扔出去，甚至他可以继续抽，但他自己选择了放进裤子口袋里。

”

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>