第一图书网, tushu007.com

<<分公司经理的八项修炼>>

图书基本信息

书名：<<分公司经理的八项修炼>>

13位ISBN编号：9787801975379

10位ISBN编号：7801975375

出版时间：2010-5

出版时间：企业管理出版社

作者：洪磊编著

页数：319

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

前言

一般营销和销售方面的书籍大体可分为两类：一类关注于一线的战斗，是实战经验的总结，但难免“只见树木不见森林”；一类关注于营销的总体规划，是运筹帷幄的总览，却容易“只见森林不见树木”。
“既见树木又见森林”的书少之又少，一方面是这样的书很难把握角度和高度，另一方面是对这种书有需求的人群相对较少。
分公司的经理就是这样一群需要“既见树木又见森林”的人员：他们既不同于一般的一线的战斗组织者——销售经理、区域销售经理，也不同于总部的谋划者——销售总监、市场总监，既要对一线的战况洞若观火，又要对地区市场上的大局变化了然于胸；既要关注一城一地的得失，又要谋划一个地区的攻守大势。
如果将销售经理、区域销售经理比作军队里的排长、连长或营长，销售总监、市场总监比作军队里的军长、司令和参谋长的话，分公司的经理就是团旅师级的指挥官。
这就要求他们不仅仅要有指挥战斗的能力，还要有分析战场、谋划局部战场的能力，既要隔岸观火而能明了一线的攻守进退，也要身临一线而不忘决胜千里之策。
所以，他们既不能站得太高——“站得高看得远”但却看不清楚，也不能站在平地上——“站得近看得清”但却看不远，而要在一个适当的高度，既能看得够远，又能看得够清楚。
本书便是力求在这个高度上，主要从营销的角度为现任、将任或有志于成为分公司经理的读者提供专业理论和实践方面的帮助。
全书从八个方面归纳相关内容：八项修炼是以先“事”后“人”的顺序来组织的——先谈营销中要做的事，然后谈营销中需要处理好的人的问题。
在事的方面，从宏观到微观，从站得高到看得清；在人的方面，从外而内，先人后己。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书是服务于既要关注一线战斗又要对区域营销规划运筹惟幄的分公司经理们的工具书，帮助他们站在一个适当的高度，既要隔岸观火而明一线之攻守进退，又能身临一线而心怀决胜千里。
　作为一本工具书，本书一方面在理论上立足于经典的营销管理理念，在营销实践“常”与“变”的选择中侧重说明“常”的方面；另一方面，以职能最全、权力最大的分公司为分析描述的对象，力求纵览而不在一些细节问题上过于纠缠，让读者能了解于胸，欲知细节而能查。
　本书以图表的方式归纳和描述相关理论和方法，使读者既能一目十行纵览全书的结构和内在逻辑，又可取其所需重点阅读。
同时，为了便于分公司经理读后的应用，本书还选取了大量知名公司的实战资料，集理论与实战于一身。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

洪磊，派力营销咨询部高级咨询顾问。
祖静，北京工业大学市场营销学副教授。

书籍目录

序前言第一项修炼 营销分析与计划 第一章 营销分析 第二章 营销计划第二项修炼 营销执行与控制 第三章 营销执行 第四章 营销控制第三项修炼 销售渠道设计与管理 第五章 渠道销售 第六章 渠道成员管理 第七章 直销第四项修炼 市场推广策略与管理 第八章 广告 第九章 SP 第十章 PR 第十一章 导购与陈列第五项修炼 售后服务管理 第十二章 顾客服务体系规划 第十三章 售后服务体系管理第六项修炼 物流与财务管理 第十四章 物流管理 第十五章 财务管理第七项修炼 营销团队管理 第十六章 营销人员的招募 第十七章 营销队伍的培训 第十八章 薪酬绩效及费用管理 第十九章 团队的合作与沟通第八项修炼 个人职业成长 第二十章 事业、家庭和健康 第二十一章 职业生涯的规划参考文献

章节摘录

插图：有政治头脑的经理人会在公司讨论之前，确认谁到时会持异议，并且先与他沟通，私下先说服他，使他在公开的会议中支持你。
这就是有影响力的做法。
有政治头脑的经理人在选人时，会把一个人的人缘看得比他的专业能力更重要。
有政治头脑的经理人熟知每一个关键人物的特点。
有的人上午接洽最好；有的人喜欢晚餐时谈事情，有的人讨厌下午谈复杂的事情；有的人喜欢尽早得到通知，以便有充分思考的时间，有的人喜欢你有事没事都在他的办公室泡；有的人习惯发送邮信，而不是面谈。
有政治头脑的经理人会事先拟妥许多接近完成的方案，但并不提出来，当时机成熟时，可以立刻拿出系统的解决方案，给人以高手快手的鲜明印象。
有政治头脑的经理人话不会说绝，路不会堵死，处理任何事务都留有回旋的余地，因为他知道今天的盟友到了明天也许就成了冤家，今天的对手明天或许就成了伙伴，商场变幻莫测，你知道哪块石头会绊倒你？
有政治头脑的经理人不但关心对上的影响力，也关注平行和朝下的影响力。
他会利用责任分担、荣辱与共的方式争取下属的合作，而不会利用政治权术，使下属勾心斗角。
他同样会鼓励他的下属在与机关部门的人员共事时，加强而非削弱政治关系，大大方方地和别人打交道。
他会引导下属像他一样，在与别人会面时，即使当时并不有求于对方，也会尊重对方在组织中的地位。
对于和工作目标的达成有所联系和帮助的高级主管和各部门关键工作人员，要建立良好的工作关系。

编辑推荐

《分公司经理的八项修炼(第2版)》：派力营销经典图书第一项修炼：营销分析与计划第二项修炼：营销执行与控制第三项修炼：销售渠道设计与管理第四项修炼：市场推广策略与管理第五项修炼：售后服务管理第六项修炼：物流与财务管理第七项修炼：营销团队管理第八项修炼：个人职业成长

第一图书网, tushu007.com

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