第一图书网, tushu007.com

<<绝策>>

图书基本信息

书名：<<绝策>>

13位ISBN编号：9787111323204

10位ISBN编号：7111323203

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业出版社

作者：司马剑明

页数：235

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

第一图书网, tushu007.com

前言

兄弟（妹）四人做生恿。
老大草根，是个老实人。
自己种地，按时收些萝卜、白菜，拿到农贸市场换钱糊口。
农民日子难过，老大每天都担心洪涝旱灾，万一天气不关照，就要减产。
就算风调雨顺，也只能把菜卖给农贸市场里的商贩。
这些商贩精明狡诈，草根笨嘴拙舌，抵挡不住他们的威逼利诱，经常蚀本，家境艰难。
老二芙蓉，别看是个女孩，可真有本事。
她在农贸市场里有商位，头脑灵活得很。
老二最头疼的问题是同行压价。
你卖一块，别人卖五毛，真是恼火。
于是，她想出一个方法——名人卖菜。
芙蓉每天打扮得花枝招展，酥胸半露，妖妖艳艳地站在萝卜、白菜旁边，和过往顾客打情骂俏。
别人哪见过这等好处，纷纷光顾，就连杂志社、电视台，也力邀她在卖菜之余，客串去讲座拍戏。
她的生意从此就火了。
老三悟本，I，~II绝顶，从小就觉得卖菜没出息，立志要干一番大事业。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

策略营销之王——“猎金坦克”营销模型由T.A.N.K.四大系统优化而成：　　T——THINKING：企业营销信息处理系统。
营销意识是一套建立战略意识的自主思维大脑，决定信息处理结果的优劣。
　　A——ACT：企业外部营销增进系统。
在营销行为中，找到客户、传递价值、占领市场、获取利润就是一整套外部营销攻占过程。
　　N——NEED：企业内部营销支持系统。
为企业快速、优质地占领市场提供最好的支持与服务。
　　K——KINGDOM：企业品牌文化处理系统。
企业形成人为可控的竞争防护优势只有品牌和文化壁垒，这是你建立不可战胜王国的终极武器。
　　本书首创的系统理念和策略可作为企业中高层管理者的终极业绩指南。

作者简介

司马剑明，中国营销策略系统创始人　★24岁弃公职、立大志，只身进京，以“三个月不做第一，走人”加盟世界500强（德国拜耳）　★缔造中国处方药第一品牌销售奇迹.获全国销售冠军、亚洲最佳经理、全球总裁最高奖　★八年后将成就归零.跨行接受再挑战，出任跨国公司（亿锋国际）总经理　★从七层楼跳下为救援设备做上市宣传（央视专访），建立“国家标准”，快速启动市场　★聚焦营销策略系统研究，个人品牌课程——“策略营销之王！”赢得上万名企业家高度推崇★确立营销培训（咨询）为终身事业，通过国际资格认证，获评“中国十大培训师”　★多所高校广受欢迎和推崇的“加场教授”，全国数十家企业的“总裁专属营销教练”　★完善理论思想，集营销策略大成——完成“T.A.N.K.营销三部曲”创作　★致力于10000家企业的营销发展，成为第一位以个人名义命名行星的营销人　★实现人生终极目标——用毕生精力辅助中国企业打造世界级品牌！

书籍目录

自序　开着坦克做市场第一章　策略营销之王——“猎金坦克”　第一节　绝大多数企业最大的难题　第二节　开启无坚不摧的营销策略系统——“猎金坦克”　第三节　拥有雷达：告别肉搏式营销　第四节　组合炮塔：闪电般攻占市场　第五节　提升动力：冲出满意度沼泽　第六节　制造装甲：飞跃竞争时代第二章　远程摧毁竞争堡垒——“猎金坦克”的指挥系统　第一节　市场意识“利基方法”　第二节　客户意识“价值方法”　第三节　产品意识“差异方法”　第四节　创新意识“执行方法”　第五节　组织意识“优化方法”　第六节　行为意识“多元方法”　第七节　竞争意识“生存方法”第三章　外部营销增进策略——“猎金坦克”的武器系统　第一节　远端瞄准：确定营销标靶的方法　　找到客户方法之一：把中国邮政变成公司的一个部门　　找到客户方法之二：指尖上的大生意　　找到客户方法之三：前端打平，后端获益　　找到客户方法之四：挖掘现有客户金矿　第二节　弹药填充：传递独特商业价值的方法　　说服客户方法之一：形成不可替代的唯一　　说服客户方法之二：链式“一体化”整合营销模式　　说服客户方法之三：亮出“最犀利的营销武器”　第三节　火力发射：占领目标市场的方法　　扩大规模方法之一：承担客户的风险　　扩大规模方法之二：贯通“购买之路”　　扩大规模方法之三：价格战新打法　第四节　爆破效果：获取最大利益的方法　　获取成效方法之一：“纵横双向”销售模式　　获取成效方法之二：反常规式促销法　　获取成效方法之三：锁住最大利润：饥渴营销法第四章　内部营销支持策略——“猎金坦克”的动力系统　第一节　寻找优秀士兵的方法　　发现士兵方法之一：最头疼但最关键的部门　　发现士兵方法之二：弟兄们，跟我来　第二节　从普通兵到特种兵的方法　　培养士兵方法之一：“双通道”练兵术　　培养士兵方法之二：个性化服务“质量环”　第三节　保持军营战斗欲望的方法　　建设军营方法之一：全赢激励方法　　建设军营方法之二：内部竞争——20：70：10　　建设军营方法之三：战友or对手　第四节　请注意，兵变随时可能发生　　坚守阵地方法之一：守着你的账户，等死去吧！　　坚守阵地方法之二：不同的员工，同一个梦想第五章　功能•差异•价值——“猎金坦克”的防护系统　第一节　第一层装甲：建设“形”壁垒的方法　　初级装甲方法之一：不花钱，打品牌　　初级装甲方法之二：完善产品线及品牌“三八”法　　初级装甲方法之三：魔力公关方法　第二节　第二层装甲：建设“法”壁垒的方法　　中级装甲方法之一：从偶然到习惯　　中级装甲方法之二：分解构成“卓越”的基因　第三节　第三层装甲：建设“魂”壁垒的方法　　高级装甲方法之一：每个公司都应该有一个神话　　高级装甲方法之二：假如索尼去卖矿泉水　　高级装甲方法之三：软实力决定未来的成败第六章　唯一不变的是不断变化　第一节　诚信是我们唯一的信仰　第二节　战略的部分或全部　第三节　变色龙与常青树　第四节　有益的经验，必须是可重复的跋　一千个读者，一辆坦克

章节摘录

2005年7月，一个人，从一家公司跳槽到了另外一家公司。
就是这么一件每天都发生的事引发了“地震”，因为这个人是李开复，他从微软跳槽到了其他公司。
李开复是微软前全球副总裁，加盟别的公司后任全球副总裁、中国区总裁，掌管在华业务。
微软一天都没敢耽搁。
2005年7月，微软在其总部所在地华盛顿州将那家公司和李开复告上了法庭，理由是两者违反了李开复在加盟微软时签署的非竞争合约及保密条约。
随后，微软在加州遭到反诉，要求法官宣布微软与李开复协议中的竞业禁止条款无效。
以视窗操作系统称雄全球的微软公司，早就对其他业务窥视良久，而别的公司也正在计划开发操作系统。
李开复，这位“技术骨干+管理精英+业务集成者”，无论他在哪里，另外一方都会提心吊胆。
2005年7月末，华盛顿州高等法院法官史蒂文发布禁令，禁止李开复在9月6日前在其他公司从事网络和桌面搜索技术方面的相关工作。
2005年9月14日，华盛顿州金县高等法院法官冈萨雷斯就李开复案作出裁决：李开复可以立即为别的公司工作，但工作范围将受到限制。
李开复的工作不能涉及他以前在微软参与开发的产品、服务和项目，其中包括与语音、自然语言和搜索技术等方面有关的工作，这一禁令在2006年1月的庭审之前有效。
李开复筹备成立的中国研发中心并不违反竞业禁止协议，但他只能负责在中国招聘人才，而不能制定预算、薪酬标准或者确定在中国的研究方向。
2005年12月23日，微软宣布：双方已在美国就李开复跳槽案达成非公开协议，协议具体条款保密，双方同意不会对媒体就协议的任何问题作出任何其他声明。

媒体关注与评论

观念决定一个人、一个民族的命运，其落伍和衰败都源于落后的甚至是陈腐的观念。
正是诸多偏离市场经济的观念作祟，使一些企业陷入市场的泥潭中不能自拔。
原因在于“营销”一直是中国企业的最大软肋，也是中国企业家的致命短板。
而这本书，是各种营销策略的组合与应用。
不同的是，这些营销策略更贴近中国。
毕竟，中国的市场有中国的特色，而中国的企业更需要中国的营销理论。
我向中国企业家、中国企业郑重推荐司马先生的这本《绝·策》，我相信它将有助于中国企业的营销发展和业绩成长。
——皇明太阳能董事长 黄鸣　　司马剑明老师的才华在其品牌课程——“策略营销之王！”中已经充分展示。
而今，他的营销策略精华在《绝·策》一书中倾囊相授，毫无保留地与所有读者慷慨分享，让我们可以全面接收最有价值的知识——方法的知识。
——阿里巴巴集团高级副总裁 王帅　　企业如何最先找到有效的方法，而获取最大幅度的业绩增长？
我认为，优秀的营销策略始终是不二法门。
司马剑明先生颇具创造性地提出的T，A，N，K，（营销意识，外部营销、内部营销、品牌文化建设）四大系统，可以帮助企业有效搭建完整的营销体系，这种营销理论的创新价值巨大。
不要忘了，“系统”永远是最难被竞争对手模仿和赶超的！
——格兰仕集团新闻发言人 陆骥烈

编辑推荐

《绝·策：中国首度公开的坦克式营销策略秘籍》藏锋敛锐，载誉面世，国际权威认证的重量级培训师砥砺十五载淬炼的营销策略系统模型，数百场高校总裁班火爆加场讲演万余名企业家现场实证盛况及完美口碑，皇明太阳能董事长、阿里巴巴副总裁、格兰仕高郑重推荐。

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