第一图书网, tushu007.com

<<点石成金>>

图书基本信息

书名：<<点石成金>>

13位ISBN编号：9787513608152

10位ISBN编号：7513608156

出版时间：2011-8

出版时间：中国经济出版社

作者：袁良

页数：241

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

内容概要

袁良所著的《点石成金(营销3.0时代的驭才之道)》在框架上主要分为三个部分。

第一部分主要探讨如何选择最适合公司近期发展阶段的营销精英、判断当前阶段公司的DNA，以及在开始训练营销精英之前需要做的准备工作，包括一个卓越的营销管理者、卓越的营销训练者应该具备的要素等，从而达到一个目的：有效点燃训练系统开启之初的火苗。

第二部分主要围绕训练营销精英的整个过程展开，如商务形象礼仪、营销精英心理建设、品牌营销能力、营销组织变革期间、企业发展升级时候的营销精英训练，以及整个训练过程中的所有专业细节的分享与探讨等。

第三部分主要围绕在营销系统训练结束后，如何进行长时间、长效可持续的效果评估、效果固化、效果优化而展开。

《点石成金(营销3.0时代的驭才之道)》中提到了很多关于训练方面系统是具有原创性的实践结论。

作者简介

英国IPMA认证国际职业培训专家
北京大学等著名商学院EMBA总裁研修班营销课题导师 首届“ 黄炎培职业管理教育营销专家奖 ”获得者
数家集团公司的长期营销专家顾问、独立董事 曾任著名媒体《第一财经日报》营销咨询顾问
著有《弹无虚发的高效销售》《赢合谈判：让成交在谈判开始前结束》 主要培训咨询的课题：
初级营销技能课程：《呈现为王：营销沟通的致胜之道》 中高级营销课程：《你的表，达了吗？》《演示主题设计：与商业共舞》
营销管理与决策课题：《点石成金：新战略营销时代的驭才之道》《营销战略与创新经略》等

书籍目录

序
上部 点火——蓄势待发
第一章 相马：找到符合企业基因(DNA)的营销
千里马
营销千里马的“相”
评估“千里马”
识别潜力“马”
第二章 策马：做一个合格的营销“伯乐”
营销管理就是知人善任
以身作则，行胜于言
用制度管人，而不是人情管理
奖惩分明，恩威并施
授权也是监督与控制
营销领导的误区
第三章 养马：给“千里马”创造成长环境
营造融洽的工作氛围
“尊重”激发“潜力”
关心才能“连心”
激发主人翁意识
激发创新精神
中部 锻造——精耕细作
第四章 修身：礼仪营销呈现力
让礼、仪为营销人员增光添彩
如何有效提升营销人员的礼仪素养
小细节呈现大素养
营销中的“六和敬”
第五章 齐家：营销心理建设
培养营销人员良好的心态
勿让不良状态同化了营销人员
提升营销人员的职商
不可忽视心理素质
注重营销人员的职业态度
克服“贪、嗔、痴、慢、疑”
第六章 平天下：营销呈现力
设定明确的目标
训练营销呈现能力
学点产品演示技巧
营销沟通是一门学问
下部 出世——余音绕梁
第七章 评估：保持营销培训效果
邀请营销训练专家做好持续保障
培训效果的衡量标准
建立“点石良性生态系统”
第八章 固化：建设企业大学中的营销商学院
将营销商学院作为最高战略的核心部分

第一图书网, tushu007.com

从本质上理解企业大学的营销商学院
如何建立企业大学的营销商学院
第九章 优化：给企业大学管理者的建议
别让营销培训变成“按摩”
守护与发扬企业文化
应用多元化的方法丰富培训方式
附：点滴“袁”理
后记

章节摘录

有这样一句佛语：“佛门虽广，不度无缘之人；天雨虽大，不润无根之草！”这里的“缘”与“根”用在本篇中则诠释为：当下尚不具备足够的条件！

“根”则为人，人为根，合适的“根”才是一切的“种子”，一切的“因”。

有的人虽然优秀，但不一定适合本企业本阶段的发展需要；有的人也许守旧，但他有可能正好具备企业这个阶段所需要的人才基因的特质。

由此看来，联想是从创立伊始就奠定了其后来卓越的坚实基础的。

而很多企业家只有在企业出了乱子、市场出现问题的时候，才开始找各路神仙“念经念咒”，临时抱佛脚。

可问题在于，我们都不是柳传志，不具备那样的“搭班子”一搭就能搭正确的能力。

社会的发展速度很快，市场也正在发生着巨大的变化与调整。

很多企业扩张后，企业高级管理者已经无暇面面俱到地对每一个人的才能都一一洞察，这就直接导致企业通过严格的招聘流程，选择聘用的员工成本既高又从一开始就面临着“先天不足”的毛病。

这些病根的存在，导致企业即使在后期又投入巨资进行培训，进行各种各样的人才打造训练，其结果除了一次次高成本支出后的失望与惘然，只有收获甚微的可怜效益。

那么，企业的营销高管，到底该怎么做才是最正确的？

首先，选拔一批既符合企业发展要求，又具有良好专业素养、市场开拓能力，还能够担当起行业使命的优秀营销人员是当务之急。

营销人才都有在某一个方面的强项，同时，在某些方面又有自己相对的弱项，只有用强项来弥补弱项，才能发挥营销人才的真正作用。

媒体关注与评论

市场的变化很快，人力资源从体力、智力型人才的竞争，将发展成更加多元、复合型人才的竞争。
对于经营管理者、营销人员的管理和培养成为最高决策者十分关注和烦心的问题。
袁良老师的《点石成金》，提出很多从实战出发、切实可行的培训及培训管理观念的方法，可供管理者多一种的选择和决策的途径。
——邵隆图，世博吉祥物“海宝”领衔设计师　　我们常说细节决定成败，其实用人也是如此。
每个人都是很独特的个体，所以因人而异的管理非常重要。
不需要使用任何管理工具、不需要HR或者销售经理经过任何培训，也不需要公司建立什么平台，《点石成金》这本书能很好的帮助到您。
——章明，Profiles（全球最大的员工测评和人才管理公司）中同业务合伙人　　我们每天遇到纷繁复杂的人物和事情，却又仿佛未曾相见过。
然而，只要我们用心去思索，用眼睛去发现，满是值得你我欣赏的事物。
它们会让我们感动，激励我们去仿效。
——Mary张，资深商务礼仪专家顾问、人力资源发展专家　　如果员工能把公司的目标当作自己的信仰，他们的生产率就会变得更高，更加愿意为了企业奉献自己的思想和精神。
星巴克总裁舒尔茨把这种员工积极献身企业的行为称为“全身心式投入”。
——摘自科特勒《营销革命3.0——从产品到顾客，再到人文精神》

编辑推荐

茫茫“石海”，如何点石、炼石，成金？
高效企业生存的“双核”：人才+增值的人才　　低效企业的4个什么？
为什么75%的营销人员不能产生利润？
为什么80%的营销管理人员不懂有效管理？
为什么85%的营销训练现场成为娱乐版演唱会？
为什么90%的营销专项训练投入没有任何回报？
耐克、惠普、诺基亚和飞利浦等世界500强企业营销高管皆深谙此道；对牛弹琴，不是牛的问题，是人的选择；业绩差，不一定是营销人员出了问题，而是营销高管做错了选择；与其急于传授营销技巧，不如先选对人、用对人。

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