

<<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>

## <<点石成金>>

### 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。

## <<点石成金>>

### 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，达到了吗？

》《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

## &lt;&lt;点石成金&gt;&gt;

## 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

<<点石成金>>

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

## &lt;&lt;点石成金&gt;&gt;

## 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。

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。

## <<点石成金>>

### 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》

## <<点石成金>>

### 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。



<<点石成金>>

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>