第一图书网, tushu007.com

<<影响力（中小企业版）>>

图书基本信息

书名：<<影响力（中小企业版）>>

13位ISBN编号：9787515800615

10位ISBN编号：7515800615

出版时间：2012-2-1

出版时间：中户工商联合出版社有限责任公司

作者：崔学良,杨光明

页数：214

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

中小企业的影响力多半是建立在产品和企业主的个人影响力基础上的。
但是中国的中小企业主多半深陷在产品生产和制造环节，在企业和个人品牌的影响力上都鲜有建树，因此只能永远限于中小企业的经营困境中。
这本《影响力：中小企业版》跟大多数中小企业主分享了很多经验：如何在庞杂的广告信息中脱颖而出；如何塑造你的专家形象；如何让你与众不同；如何与媒体打交道等对许多中小企业来说最想解决却不会解决，最需要解决却没有精力解决的问题。

《影响力：中小企业版》不仅适用于中小企业，也适用于日常生活和职场领域个人品牌的打造。
作者给中小企业和个人打造了一套少花钱，甚至不花钱，照样也能做到大公司和名人大投入才能实现的营销效果。
作者认为，成功企业能够做到的事，成功人士同样可以做到。
这《影响力：中小企业版》中的思想你既可以用于工作中，也可以用于生活中。

作者简介

崔学良，工商管理硕士，圣象管理学院院长，企业教育、终端管理和渠道管理培训专家、中国家具建材培训网首席讲师，上海市浦东新区青联委员，上海交通大学赋能教育中心特聘教授，中国企业大学发展论坛理事，中国终端培训网首席讲师。
《地板专家》、《国际木业》、《地板新时代》等专业媒体特约顾问。

崔学良老师多年来一直从事企业大学教育研究和实践工作，并通过大量的研究和实践工作，形成了一套独具特色的企业教育课程体系，包括《终端管理人员的职业素质提升》《终端创新营销》《商业竞争新思维》《渠道管理创新》《粘度营销》《博弈营销》等课程。

著有《家居建材门店店长执行手册》《家居建材门店店员执行手册》《家居建材导购圣经》《基于节约人力资本的企业管理研究》等作品。

服务过的客户有，圣象地板、富春控股、龙建股份、多乐士、立邦、来威漆、东方雨虹、中国家具产业教育学院、克劳斯蒂、中国移动、中国电信、港中旅、雷士照明、苏泊尔、利郎男装、中惠集团、宇通客车等200余家企业。

杨光明，管理学博士，吉林财经大学企业发展研究中心主任，资深终端管理和人力资本管理专家，圣象管理学院特聘教授，长白山酒业集团成功商学院特聘教授。
《地板专家》杂志专栏作者，2010年中国十大终端管理培训师，中国终端培训网特聘讲师、中国家具建材培训网首席讲师。
专著：《基于节约人力资本的企业管理研究》。

服务过的客户有中国电信、中国联通、东北证券、皓月集团、大桥外语、长白山酒业、一汽集团、吉化集团、克拉斯家居、贝特淋浴房、全友家私、创新研地板、汇绿地板等200多家企业。

第一图书网, tushu007.com

<<影响力（中小企业版）>>

书籍目录

前言
第1部分 尽情展示你的正面形象
第一章 展示职业形象
1. 给自己定位
2. 让第一印象成为最好的印象
3. 形成自己独特的风格
第二章 保持企业形象识别系统的专业性
1. 量身定做可以立刻识别的标志
2. 让每一种营销工具都与众不同
3. 在你的推广资料包里加入信心和微笑
第三章 营造卓越的办公环境
1. 做出聪明而不是昂贵的选择
2. 制造强烈的客户服务氛围
3. 向行业领先者学习
第2部分 站在专家与客户的肩膀上
第四章 与顾问团队交流
1. 别妄自独行
2. 坚持，但不要操之过急
3. 挑选能互补的专业人士
第五章 寻找口碑推荐者
1. 尽可能地利用交叉推广
2. 参加或建立商业联盟
3. 尝试以货易货
附件一　邀请别人加入顾问团队的信函模板
附件二　顾问团队会议议程
第3部分 塑造专家形象
第六章 写作
1. 文章要生动活泼、通俗易懂
2. 尽可能让文章公开发表
3. 别让读者感觉是在卖东西
附件三　咨询信模板
第七章 一有机会就大声地说
1. 熟能生巧
2. 对你的目标受众演讲
3. 使每次演讲的效应最大化
附件四　要求举办讲座的信函模板
第八章 提升你的专家形象
1. 在更大的范围推广你自己
2. 参加或举办比赛
3. 让你自己跻身专家名单
第九章 给个人营销加入活力
1. 成为“名人”并出现在你自己的广告中
2. 在你的电视或广播节目中成为明星
3. 提升你的名人地位
第十章 克隆你自己

1. 制造你睡觉时都在卖的产品
2. 在商业信息片里阐释你的产品
3. 建立网络联系

……

第4部分 疯狂营销，创意为王
第5部分 为了公众的利益
第6部分 新闻华尔兹

章节摘录

语音信箱非人性化的特质使这种想法看上去好像违反了直觉。
你或许会遇到生硬、简短的留言……可我认为大多数人仍旧会努力整理他们的思想，使留言清晰而有条理。
通过语音信箱，你可以收到（或送出）真实信息--有时是那种节约时间并且创造出恰当的紧急感或优先感的、可立即采取行动的信息，不仅仅是一个电话号码或让你回电话的请求。
尽管你可能更愿意雇用他人替你接电话，但是，今天，在越来越多的公司、企业中，语音信箱已经越来越普及了。
（即使一家大公司有专人接听整个公司的总机电话，每一位员工或许仍拥有个人语音信箱。
）　　也许语音信箱令人觉得厌烦，但它的确是一个趋势，因此最好找到一种方法，或解决它，或利用它。
电话接线员你有电话接线员吗？
如果有，让他或她具有温和、乐于助人、专业的态度。
如果你请不起电话接线员，让你的员工有礼貌地接电话或通过电子语音回答。
连这都做不到位的话，客户不可能很认真地对待你。
网络服务如果你还没有网址，赶快去申请一个！
网络服务提供商为你的商务活动提供了一个相当便宜的沟通渠道。
另外，邮件地址向客户和消费者表明你是与科技同步的，这样可以建立他们对你的信心。
……

媒体关注与评论

树立领袖气质不是一朝一夕的，如何与成功人士共舞，如何驾驭媒体资源，如何塑造专家形象，如何打造自我的社会影响力，这些都是当今社会很多精英人士所要面对的困惑和问题，而此书恰恰给了我们很多的答案。

——郭辉 圣象集团执行总裁

凡事预则立，不预则废。
构建个人品牌和企业品牌一样，都需要系统的方法。
崔学良先生这本《影响力》聚焦个人品牌的构建，将如何打造和推广个人品牌进行了全面系统的阐述，值得一看。

——王永 品牌中国秘书长

打造一个有自我属性的品牌是成功人士的必修课，无论是作为职场精英，还是企业家，都要通过自己的努力打造一个积极、健康的品牌形象，个人品牌的打造将给我们带来无限发展的机遇。

——夏嘉澍 美国安德森地板亚太区总裁

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