

<<营销状元>>

图书基本信息

书名：<<营销状元>>

13位ISBN编号：9787540444419

10位ISBN编号：754044441X

出版时间：2010.01

出版时间：湖南文艺出版社

作者：之江

页数：320

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>

<<营销状元>>

内容概要

一个基层业务员的拼搏史，一个高级营销经理的成功史，一个性情男人事业与感情的经营史，一副惊心动魄的商场争斗图，一部最具真实感的人生警世录。

<<营销状元>>

书籍目录

引子第一章 踏进长三角第二章 蓄势待发第三章 峰回路转第四章 寻求支撑点第五章 财神出道第六章 侠肝义胆第七章 请君入瓮第八章 抢单第九章 集体转行第十章 虞西之行第十一章 千面娇娃第十二章 剑走偏锋第十三章 攻其软肋第十四章 步步为营第十五章 桃色陷阱第十六章 智取虞西第十七章 江宁项目第十八章 对手联合第十九章 睿智布阵第二十章 巧开展示会第二十一章 夜闯黑龙潭第二十二章 力挫群雄第二十三章 状元及第尾声

<<营销状元>>

章节摘录

朱江的故乡苏州，两千四百年历史是江南璀璨的明珠。

这个已有两千四百年历史的城市，在朱江儿时的记忆里，、有着柔婉的语言、姣好的面容、精雅的园林、幽深的街道，处处给人以宁静和慰藉。

苏州是中国文化的缩影，千百年来一直保存着独特的江南风韵，如今又迎来了现代文明的新纪元。

今天，朱江带着美好的憧憬和希望回来了。

舟车隆隆，朱江仿佛又回到儿时，渗透出几缕奇异的记忆。

在这种几乎完全陌生的观望中，又潜伏着某种似曾相识的成分。

朱江回来了。

绚丽的江南早春，也在欢迎远方游子的归来。

今天上海分公司的张总和小张开车把他送到三香路的一条小巷里的军工招待所，公司为朱江承租的办公室和宿舍还在装修，他只好先在这里住下。

张总和小张留下他后就开车回上海了。

长三角有着广阔的市场，工程机械在这片处处开工建设的地方应该有着巨大商机。

可是朱江离开总部来上海时贺总对他的一席谈话，使他紧绷着神经，感到肩上担子不轻，任重而道远。

。

“长三角是块风水宝地，也有着巨大商机。

可是我们公司从1998年开始，先后派了四批人马，想打入长三角，最终都是铩羽而归。

长三角独特的人文环境，培育了人们独特的理念。

苏南人的价值观念是重商轻官，重实利轻虚名。

正因为如此，苏南人不需要你说他好，也不需要你说他坏，不管好与坏，他都会按自己的方式做。

苏南人观念灵活，行动敏捷，不甘落后，竞争意识十分强烈。

他们只要看准了，就会不顾一切杀出一条康庄大道来。

2000年，江苏省改制，恰逢国家推行商品混凝土，苏南地区由此应运而生了泵车市场。

你在这个时候进去，难度一定很大，不过你有着多年市场营销经验、良好的社会关系和创新的推销方法，一定能取得成功！

”贺总的这番话，既道出了打入长三角的难度，又鼓励有灵活营销经验和营销手段以及在长三角有着天时、地利、人和得天独厚关系的朱江努力去开拓这块处女地。

既然来了，就绝不能和前四批人一样无功而返。

三香路春意盎然，柳絮飞舞，杨树泛绿，路上车水马龙。

远处是体育馆雄伟的屋顶，那里正在举行城市运动会，但朱江无暇顾及，他拿出手机，拨通了表兄文新的电话。

电话中响起了一阵庞龙的《两只蝴蝶》，音乐声一停便传来一个男中音：“喂，哪位？”

”“是我，朱江，我刚到苏州。

”“噢，表弟！

你住在哪里？

我来接你。

”朱江来苏州的消息，舅舅早已告诉了他。

“我住在三香路军工招待所302号房。

”朱江迅速回答。

”好！

现在是两点半，一个钟头后我来接你，你在招待所等我。

”声音很肯定。

文新是朱江姑妈的儿子，今年四十多岁，是县里公路管理部门的干部。

朱江坐在招待所大厅的沙发上等文新，面前是一个小园子，苏州园林的典型缩影。

在粉墙边上，用砖砌了半片亭子，紧贴在墙上，地上用鹅卵石镶嵌着一个半月形池子，池子中点缀着

<<营销状元>>

几株苏荷，尚未开花，但在微风中摇曳；一棵桂花树挺立在院中，如比便构成一幅自然山水风景画。真是妙哉！

这时，一部捷达汽车开进了小院，稳稳停在大门边。

车上走下两个人，一男一女，年纪大一点的是文新，朱江认得，可那个二十来岁的女孩又是谁呢？

朱江站起来迎到大厅门口。

文新满面笑容地走进来，问道：“朱江，还认得我吗？”

“表兄怎么会不认识，不过我们也已有七八年没有见面了。”

朱江热情地和他握手。

“这是建华的女儿钱丽娜。”

文新介绍同来的年轻人。

小钱很客气地上前来和朱江握手，喊了一声舅舅。

建华是文新的妹妹，和朱江也认识，不过分开的时间隔得长了一点。

那个时候钱丽娜还小，现在已长大成人了，亭亭玉立，一身牛仔装十分得体。

文新坐下来后，接过朱江递上来的茶杯喝了一口。

“今天到常熟去，他们等你吃晚饭。”

文新对朱江说。

朱江知道一班兄弟姐妹在常熟等他。

“好吧！”

我先跟服务员说一声，我这两天不退房。

朱江对文新说完就出门找服务员，回来提上包与文新下楼。

汽车从北环走上西环，径直向东走。

“不对呀，应该走西环呀！”

朱江问文新，“咱们这是去哪里？”

“噢，时间还早，我们先去工业园区转转，再回常熟。”

朱江这才知道文新的用意。

车子开得很快很稳，看来小钱车技还不错。

汽车从千将东路出口处进入工业园区。

路边一块巨大的石头上刻着“工业园”三个字。

一进工业园区，景象就不同了。

公路两旁是绿色的草地，低矮的花木修饰得整整齐齐，有圆形图案，也有伞形和几何菱形图案，其间还点缀着一棵棵桂花树。

路灯也十分别致，像一把把插在地里的雨伞。

道路远比其城市间的道路宽敞，两旁一幢幢五六层的楼房排列整齐，鳞次栉比，煞是好看。

房屋都是欧式建筑，颜色鲜明。

“这是住宅区，前面是办公楼。”

文新指着前面两栋大面积玻璃装修起来的办公楼说。

转过弯就看见园区管理处办公的地方，一排排汽车停在大楼下面的停车坪。

地面是如此整洁，一般城市街道随处可见的纸屑、塑料袋、纸杯等，这里都看不到。

“这工业园真干净。”

朱江说了一句。

“当初与新加坡合作建设的时候就说明了，要按照新加坡制定的标准来建设和管理园区。”

文新指着道路两边的下水道告诉朱江。

“当初园区制订了城市发展规划，电缆、光缆、给排水管道、路灯线路、煤气管道等都一次性规划排在道路两边。”

这样避免了部门抢修时出现你挖一个洞、他挖一个坑的扯皮现象。

同时，谁家来抢修凭一张公布图就能轻松操作。

这是新加坡城市建设的先进经验，减少了城市公共管理的人力、金钱的浪费。

<<营销状元>>

”汽车向金鸡湖方向开去，越往唯亭方向走，开工工地就越多。从汽车里往一个个围起来的施工工地看，压桩机、推土机、吊车、空压机、混凝土输送泵……几乎在动工的工地都有机械在操作运行。

一口气看了十多个工地后，汽车折回去，过了唯亭往苏州方向开。

朱江深有感慨地说：“真是热火朝天啊！”

苏州市场这么大，难怪几乎所有工程机械企业都来这里抢滩。

”“你仅仅看到了一个角，除了工业园区，苏州西面还有一个新区。

这一东一西合抱苏州老城，所以苏州古城的保护工作做得很好。

西面新区，将来你也会看到的，从你住的三香路往西，越过运河，过枫桥往木渎方向，开工的单位也是一个接着一个，正在建设的住宅、楼宇连绵不断，正在建设的大工厂也不少，如台湾明基、富士通等。

苏州正在大规模建设之中，当然是热火朝天了。

”苏南市场表面上看起来欣欣向荣、商机无限，但仔细看你会觉得扑朔迷离，像雾里看花一样，看不清内部情况。

朱江也是经过一段时间的了解后才逐渐看清楚。

长三角地区基本上已被国外几大巨头大象、施维因、卡特彼勒和国内徐工、柳工、厦工等大企业垄断了，他们的触角甚至几乎伸到了长三角的所有城市和乡村。

长期以来，他们建立的关系盘根错节，上与政府和管理部门有着紧密的联系，下与建设单位水乳交融。

因此，无论建设工地还是高速公路的设备十之八九在使用他们的产品。

在这种情况下，未出名的品牌想挤进这块建设事业蒸蒸日上、商机无限的沃土，可以说是难于上青天。

一道巨大的门槛横在朱江面前。

朱江来苏州已半个月了，上海分公司又调来了两位配合他工作的业务员，王俊和唐大海。

宿舍中增加了人，增添了不少气氛。

上海分公司要求他们每天记日志，将情况每天上报分公司，实际上是催逼他们快出成绩。

信息渠道还未建立，人员单位也还未摸清底，眼看着大象、徐工等国内外企业一个接一个签下合同，自己却怀揣一个在长三角毫无品牌的产品，朱江不由得暗暗着急。

现在面临着一条路，就是往已得知信息的地方和单位去跑、去闯，总要闯出一个结果来。

朱江给自己写下了一句格言：穷途未必末路，绝处可以逢生。

他时时提醒自己去努力开拓。

他想到自己大学毕业后在一个单位就业时，单位派他到日本继续研修机械专业，这对他来说既是机会，也是锻炼。

<<营销状元>>

媒体关注与评论

朱江的创新营销，使三一产品打入了长三角地区，创造了苏南模式神话。

——向文波，三一重工执行总裁这是一个真实的故事，它记录了一个营销战士的心血和汗水，它值得未来的营销者阅读，也值得你我阅读。

相信我，你一定会有所收获的。

——罗新星，中南大学教授、博导现代营销需要创新，而创新又是一项极其艰难的工作。

本书再现了朱江创造“三一神话”的历程，对读者既有生活工作上的帮助，又有思想创新的启迪，还有营销的实操性。

本人特推荐此书给读者，相信会有所收获与启发。

——李焕荣，广东商学院教授

<<营销状元>>

编辑推荐

《营销状元》编辑推荐：职场生存秘籍，商战制胜胜经。

他用一年时间打入，长三角市场，创造了苏南模式神话，他占领了渤海湾市场，半年时间完成了一年工作量，齐鲁飘红..... br 他的成功，你可复制，献给中国六千万营销人员。

br 硝烟弥漫的商场，尔虞我诈，你死我活，是王是寇，处在食物链的哪一节，只有在被吃掉的时候才知道，他什么都没有，惟一有的就是创新，倡导创新营销他不是第一个，但他一定是做得最具特色的，也最具借鉴价值。

<<营销状元>>

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>