第一图书网, tushu007.com

<<像行销家一样思考>>

图书基本信息

书名：<<像行销家一样思考>>

13位ISBN编号：9787802208643

10位ISBN编号：7802208645

出版时间：2010-9

出版时间：中国画报出版社

作者：劳隆·索尼尔

页数：245

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

这是一本教企业和员工如何行销，如何通过主动、精细的行销赢得市场的实战图书。
　经过三十多年的高速发展，我们已经由卖方市场进入了买方市场；中国企业在很多方面和发达国家的企业相比，看起来相差无几了。
有的中国企业甚至比外国同行规模更大、厂房更干净。
但同时，企业之间的竞争越来越激烈，生存要比十几二十年前要困难得多。
如今．中国企业之间的竞争，已经超越了技术、规模、资本等手段，进入到了拼市场的阶段。
谁能把自己产品和服务推出去，在市场上打响，占据市场份额，谁就能发展，就能立于不败之地。
反而就会在商场上昙花一现，被无情地淘汰。

作者简介

劳隆·索尼尔，移居美国路易斯安纳州的法国人后裔，美国德州休斯顿Sonnier Marketing＆tiOns,lnc.公司董事长，曾帮助过无数公司、管理人员和企业家将营销计划付诸行动，让他们的企业从根本上得到发展。
索尼尔是美国演讲家协会成员，向全国各地的听众们灌输着她的营销观念和策略。
许多媒体和国家级出版物都对她进行过专题报导。
她持有沟通学学士学位，已经在营销界工作20多年，曾在电视台、公关公司和广告公司供职。

书籍目录

译者序作者声明前言：是时候弄清楚，自信起来了!Part one　进入市场行销思维　1　行销家的头脑里都装着什么　2　成功行销家的秘密　3　行销原则 Part two　搅动市场大锅　4　把行销付诸实践　5　搅动正确的事Part three　从混乱的人群和竞争对于之间脱颖而出　6　如何做到脱颖而出　7　同时塑造形象和本质　8　你究竟是谁?　9　该是你出头的时候了　10　脱颖而出的四个秘密 Part four　建立获得成功行销的体系　11　让行销变得实用、有针对性、常规化　12　行销机会无处不在　13　确定常见的“服务关键时刻”　14　有那么多工具和方法可用Part five　像行销家那样讲话　15　说话的技巧　16　提问的力量　17　必杀绝招“行销信”Part six　保持行销的活力　18　避免常见的行销错误　19　保持行销思维　20　搅动你这口锅　21　行动前的最后忠告

章节摘录

唾手可及的工作依据，与别人交流时能拿在手里的文件，完成时可以核对的表格，可供查阅的每日工作指南。
把它贴在墙上，让公司里的每个员工随时都能看到。
行销是一项团体性工作。
具体化——笼统含混的计划就像是读后感和无效的锻炼。
真正的行销计划会详尽地告诉你应该做什么以及何时去做。
把能达到这个标准的细节落实到书面上可能需要花费一点时间和努力，但是这正是你的秘密剧本。
它会让你的行销获得意想不到的成功，没有它，你的行销发动机就无法运转得更快。
全面性——大多数计划就像它们的公司一样仅仅把目光集中在外部行动上，现在你应该明白他们仅仅完成了一半的任务。
你的行销计划必须涵盖你公司里里外外关于行销的各个方面，这样才能做到协调一致。
这样所有的行动才能更加容易，效果则会更好。
可操作性——这里的衡量标准是你和你的团队是否确切知道每天如何把持续不断的行销落到实处。
一个完善的行销计划不仅应该说明预期的结果，还应该给出如何实现这些预期结果的具体策略和行动步骤。
灵活性——当面对公司里里外外可能发生的事情、新的趋势、经济的变化、行业重组时，你必须随时准备好去适应并作出调整。
你的行销计划也是一样。
它必须是立足于每天现实情况基础上的、动态的、灵活的、不断循环流动的。
……

媒体关注与评论

劳隆·索尼尔了解并且将细微的商业行销操作得像呼吸一样得心应手。
阅读这本内容丰富又妙趣横生的书，会让商家做到同样的事情。
从投资回报率的角度来看，购买一本《像行销家一样思考》可能会给你带来一块高纯度金砖的回报。
——詹姆斯D·塞拉，KPLC电视台副总裁兼首席运营官

编辑推荐

大型企业的锦上之花·小企业家的梦幻手册·初级员工的成长阶梯。
风靡全球的行销实践手册，让你在日趋激烈的竞争中脱颖而出。

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