

<<完全营销>>

图书基本信息

书名：<<完全营销>>

13位ISBN编号：9787810796057

10位ISBN编号：7810796054

出版时间：2005-8

出版时间：暨南大学出版社

作者：崔双林

页数：286

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>

<<完全营销>>

内容概要

真正的成功需要坚持不懈地自我评价和完善。

正像阿德勒博士所说，一个人只有在健康、家庭、精神、教育、财务、服务、事业这七个人生层面上实现了平衡、和谐与统一，才会获得真正的幸福，才能更好地激发整个生命的潜力。

为了帮助更多的人实现自我生命的价值，改善企业营销现状，我们特别推出《完全营销》旨在从思维到行动开拓出一套彻底的、系统的、完全的营销理念和行为模式，以帮助人们在市场营销、人际关系、职业生涯、个人成长、人生激励、创新思维等领域获取成功，从而引导人们追求完善的人格和卓越的生命，为推动和谐社会的发展而努力。

<<完全营销>>

作者简介

崔双林，著名营销传播专家，实效营销训练大师，高级职业技能丛书副主编，12集大型电视营销片《逐鹿中原》总策划、总撰稿、总主持人。

北京联合智达管理顾问有限公司首席营销管理顾问。

十多年来，他先后致力于营销管理、市场传播、人际关系、谈判语言、个人成长等方面的研究、开发与实战应用。

他以独特的商业思想和激励人心的演说与培训点燃了无数营销人智慧的火把和生命的激情，昭示着现代人的报国精神和人文情怀。

在为受众传授大量翔实生动的实战案例和实用技巧的同时，还往往引发人们对于生命意义、生存价值等更深层面的思考，是真正的观念革命和心灵洗礼。

曾辅导与合作的企业与品牌：卡西欧、立顿、TCL、中国烟草、天毛股份、新天国际、河南电脑体育彩标、李阳疯狂英语。

活动策划与主持：成功策划并主持过中国中原住交会（第一、二届）开幕式、中国中原地产风云总评榜颁奖盛典、东西南北对话中原、中原首届汽车博览交易会、中国西部绿色生态健康住宅颁奖盛典、12集大大型电视营销片《逐鹿中原》等数百场大型活动、高层论坛、名家对话和系列电视专题节目。

<<完全营销>>

书籍目录

总序 做一个完全的人 李绥州/1自序一完全营销与你同行/1自序二用完全营销武装自己/1感言一学习的终极目的和全部意义/1感言二营销以人为本 / 2完全营销超级人生名言 / 3完全营销的梦想与使命 / 6完全营销的成功理念 /7中国企业营销的出路 /9第一章 完全营销的基本观点11 营销即思维 / 31-2 营销的过程就是说服和接受的过程 /101-3 营销：传播 /131-4 营销以利益为中心 / 271-5 每个人都是营销员 / 291-6 营销无细节 / 33第二章 营销高手的必由之路21 市场营销的八大趋势 / 432-2 完全营销人的八大特质 / 572-3 完全营销人的十大规则 / 622-4 营销的真谛 / 632-5 关系就是生意 /642-6 学习营销的四大步骤 / 652-7 完全营销人必备知识与技巧 / 67第三章 你可以说服任何人31 说服力的基本原则 / 733-2 以利益打动顾客 / 773-3 消除顾客的疑虑 / 823-4 听的技巧 / 853-5 提问的艺术 / 933-6 声音的魅力 / 1043-7 微妙的心理战 / 1133-8 谈判桌上的讨价还价 / 1213-9 绝对成交 / 133第四章 传播的威力41 传播改变世界 /1494-2 读图时代的营销传播 /1514-3 21世纪的市场状况与营销传播 /1534-4 企业新闻传播的策动与实施 /1574-5 新闻发布会的主要流程和操作重点 /1624-6 如何制造事件营销 /1654-7 如何营造并推动口碑传播 /171第五章 你生来就应当成功51 成功是什么 / 2035-2 人生就是选择 / 2075-3 你生来就应当成功 / 2205-4 自信是成功的第一秘诀 / 2305-5 每一个成功者都是阅读者 / 2385-6 学会思考，学会问更好的问题 / 2425-7 要成功就必须看起来像个成功者 / 2505-8 让习惯成为我们的好仆人 / 2555-9 掌控你的心灵 / 260510 用爱心战胜恐惧 / 266511 生命因

<<完全营销>>

章节摘录

微妙的心理战 心理战是指运用心理学的原理，以人类的心理为战场，有计划地采用多种策略和技术手段，对人的认知、情感和意志施加影响，在无形中打击敌人的心志，以最小的代价换取最大的胜利和利益。

所谓“上兵伐谋”、“攻心为上”，所有谋略的最高境界都是心理因素的运用。

我国古代的《孙子兵法》有很大一部分讲的是心理战，现代战争也不例外，在海湾战争以及美英联军攻打伊拉克的战争中美方多次成功地使用了心理战。

2005年1月21日中新网转载伊朗通讯社报道说，伊朗外长卡马尔·

卡拉奇本周三在访问乌干达首都坎帕拉时表示，美国官方近日做出的武力打击伊朗的威胁只不过是心理战术。

卡拉奇指出，美国企图将伊朗带入一场心理游戏，但伊朗有足够的经验识别“敌人的诡计”。

卡拉奇重申，伊朗会继续实施其政策，虽然会力求避免各种冲突，但仍将毫不犹豫地、竭力地维护国家的利益。

他还称，伊朗将回应美国的任何威胁，伊朗也从未惧怕过任何美国发出的这类信号。

日前，美国方面曾表示怀疑伊朗借发展民用核工业的“幌子”来发展违禁核武器，布什总统甚至表示不排除对伊朗动武的可能性。

对此，伊朗官方及媒体一度做出强硬表态。

这种声明和口水战就是典型的战前心理战。

在中国古代计谋奇书《三十六计》里面有一著名的计策：空城计——“虚者虚之，疑中生疑；刚柔之际，奇而复奇。”

空城计是典型的心理战术，虚而实之，实而虚之，虚而虚之，实而实之，虚虚实实，真假莫辨。

最终扰乱敌人心智，以求不战而屈人之兵。

现在我们来回顾两例不同时期中国历史上最著名的心理战术——空城计。

案例一 春秋时期，楚国的令尹（宰相）公子元，在他哥哥楚文王死了之后，非常想占有漂亮的嫂子文夫人。

他用各种方法去讨好，文夫人却无动于衷。

于是他建立功业，显显自己的能耐，以此讨得文夫人的欢心。

公元前666年，公子元亲率兵车六百乘，浩浩荡荡，攻打郑国。

楚国大军一路连下数城，直逼郑国国都。

郑国国力较弱，都城更是兵力空虚，无法抵挡楚军的进犯。

郑国危在旦夕，群臣慌乱，有的主张纳款请和，有的主张拼死一战，有的主张固守待援。

这几种主张都难解郑国之危。

上卿叔詹说：“请和与决战都非上策。

固守待援，倒是可取的方案。

郑国和齐国订有盟约，而今郑国有难，齐国会出兵相助。

只是空谈固守，恐怕也难守住。

公子元伐郑，实际上是想邀功图名，讨好文夫人。

他一定急于求成，又特别害怕失败。

我有一计，可退楚军。

郑国按叔詹的计策，在城内作了安排。

命令士兵全部埋伏起来，不让敌人看见一兵一卒。

令店铺照常开门，百姓往来如常，不准露一丝慌乱之色。

大开城门，放下吊桥，摆出完全不设防的样子。

楚军先锋到达郑国都城城下，见此情景，心里起了怀疑，莫非城中有了埋伏，诱我中计？不敢妄动，等待公子元。

<<完全营销>>

公子元赶到城下，也觉得好生奇怪。

他率众将到城外高地眺望，见城中确实空虚，但又隐隐约约看到了郑国的旌旗甲士。

公子元认为其中有诈，不可贸然进攻，先进城探听虚实，于是按兵不动。

这时，齐国接到郑国的求援信，已联合鲁、宋两国发兵救郑。

公子元闻报，知道三国兵到，楚军定不能胜。

好在也打了几个胜仗，还是赶快撤退为妙。

他害怕撤退时郑国军队会出城追击，于是下令全军连夜撤走，人衔枚，马裹蹄，不出一点声响。

所有营寨都不拆走，旌旗照旧飘扬。

第二天清晨，叔詹登城一望，说道：“楚军已经撤走。

”众人见敌营旌旗招展，不信已经撤军。

叔詹说：“如果营中有人，怎会有那样多的飞鸟盘旋上下呢？他也用空城计欺骗了我，急忙撤兵了

。”这就是中国历史上第一个使用空城计的例子。

P113-115

<<完全营销>>

编辑推荐

只有彻底的、系统的、从内到外、从头到脚、从思想到行动、从理念到策略、从战略到战术、每一个环节、每一个要素都充满了营销精神，才称得上是真正的、完全的营销。

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>