



四方华文

狼道 营销

LANGDAO YINGXIAO

营销人强势生存的实战法则

- 狼，自然界的强者●道，佐证营销之术的精髓
- 狼道营销，引领营销的至上法则

闫治民◎著

《销售与市场》杂志社副总编刘春雄、培训总监王荣耀
倾情作序



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

狼道营销

LANGDAO YINGXIAO 营销人强势生存的实战法则

1. 狼性的本质是生命不息，战斗不止；是坚持不懈，强悍进取；是傲视一切，奋发向上。闫治民老师的《狼道营销》用专业的视野和独到的观点把营销中可以运用的所有狼性都淋漓尽致的呈现给大家。我相信认真践行闫老师的《狼道营销》，广大营销同仁定能像狼一样以仰天长啸的豪迈、不屈不挠的精神，强势生存，所向披靡。

——畅销书《狼道》作者 罗宇

2. 在营销导向型的时代，面对日益残酷和激烈的市场竞争，闫治民老师的《狼道营销》从根本上解决了企业营销团队的素质和执行力问题，也从根本上解决了企业的生存危机。

——联纵智达咨询集团董事长 何慕

3. 狼的个体如此弱小却能强势生存，成为草原之王。狼的生存环境与当今营销人的生存环境何其相似，营销人如果要强势生存就要学习狼性精神，而闫治民老师这本《狼道营销》则是最好的读物。

——美的生活电器事业部销售总经理 何毅

4. 我非常认同闫治民老师《狼道营销》中关于狼道的独到见解和创新性的思维，我相信认真践行本书观点和方法的营销同仁一定能像狼一样强势生存，所向披靡。

——圣象管理学院院长 崔学良

5. 非常认同闫治民老师“营销不是战争”的观点，学习狼性不是让我们充满野性，去不择手段，而是学习狼的强势生存的团结、友爱、执着的精神，从而让营销人在激烈的竞争中立于不败之地。

——著名工业品营销专家 陆和平

6. 闫治民老师的《狼道营销》课程兼顾“道”和“术”两个方面，从而从根本上解决了营销人员的意愿和能力问题，全面提升了营销团队执行力，是近年来所听过的最具实战性的营销课程。

——畅销书《管理呼唤辩证法》作者、杜康股份总经理 范冠超

7. 作为国内营销界实战派讲师，闫治民老师的《狼道营销》课程结构体系化，案例生动化，策略实战化，让营销人员实战技能和团队执行力得到全面提升。

——著名营销专家、培训师 崔自三

8. 闫治民老师的《狼道营销》课程体现了“三多”：案例多、讨论多、模拟多，从而使培训效果达到“三实”：实效、实战、实用。我们合作《狼道营销》公开课以来，课程现场产生的大量内训需求也正好印证了“三多”和“三实”。

——合众咨询教育集团董事长 吴永生

ISBN 978-7-5096-0818-0



9 787509 608180 >

F713.50
468

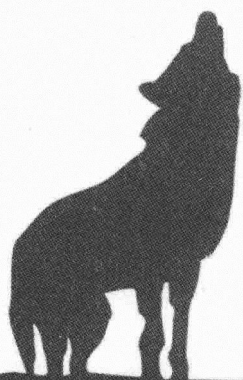
F713.50
468

狼道

闫治民◎著

LANGDAO YINGXIAO

营销人强势生存的实战法则



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

狼道营销——营销人强势生存的实战法则/闫治民著.
—北京: 经济管理出版社, 2010.2
ISBN 978-7-5096-0818-0

I. ①狼… II. ①闫… III. ①市场营销学
IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 204184 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 世界知识印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 勇 生

责任编辑: 勇 生 谭婷婷

技术编辑: 杨国强

责任校对: 郭 佳

720mm×1000mm/16

15 印张 211 千字

2010 年 2 月第 1 版

2010 年 2 月第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

定价: 38.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-0818-0

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

序一

前几日治民邀我为他新书《狼道营销》作序，我欣然应允。治民先生多年来一直是《销售与市场》杂志的特邀作者，我们合写的《终端营销实战技巧》系列文章曾在《销售与市场·培训版》连载，因文章极具实战操作性，引起了许多读者的强烈反响。

收到治民发来的书稿，我细细读罢，感慨良多。面对如此激烈的市场竞争，企业越来越面对更加巨大的生存压力，在营销导向型的时代，唯有强大的营销力才能打造企业强大的竞争力。“企”无“人”则“止”，提升企业营销力的根本是提升营销人员的专业素质与能力，能够使营销人员在激烈的竞争中像狼一样强势生存。海尔总裁张瑞敏曾经在公开场合讲过：面对经济全球一体化，每个企业怎么想。我认为，就是必须成为狼，与狼共舞。因为既然要与狼共舞，你就必须成为狼；否则，把自己摆在羊的位置上，结果只有被吃掉，如果把自己变成狼，还可以拼搏一番。

正如书中所言，狼能够在极其恶劣的生存环境下强势生存，必然有值得我们学习的地方，比如狼的团队合作、危机意识、目光敏锐、永不言败等精神，但狼终究是狼，人终究是人，我们应该学习狼的优秀之处让我们变成更加优秀的人，而不是学习狼的残忍、血性，让我们变成充满野性的狼。然而许多企业良莠不分，走进了狼性文化的误区，实为可悲、可叹之至。狼性有善也有恶，因而我们要以辩证的心态去学习狼性文化，而首先学习的就是狼道而非狼术，只有正确的道，才会有正确的策略，才会有想要的结果。《狼道营销》一书以独到的视野和观点，清晰而准确地阐述了什么才是真正的狼道，正如书中所引述的英国动物学家绍·艾利斯说：“在所

狼道营销

营销人强势生存的实战法则

有哺乳动物中，最有情感者，莫过于狼；最具韧性者，莫过于狼；最有成就者，还是莫过于狼。”

营销人要像狼一样强势生存，不仅是要像狼一样充满激情，具备超强自信，更需要的是拥有强大的解决困难和问题专业能力。这本《狼道营销》不是一本励志书，作者根据自己丰富的职业经历与营销实践，用大量的篇幅，通过市场调研、市场开发、客户沟通、项目谈判、客情维护等方面体系化地把狼道与营销有机的结合起来，使本书的实战性非常强，许多策略和方法是学了就能用，用了就能见效。

再好的书，一定要在实践中借鉴的同时不断创新，否则就是邯郸学步了。

《销售与市场》杂志培训总监 王荣耀

2009年12月8日

序二

我与治民认识多年，他在某国内四强企业任销售老总时，我恰好任职于《销售与市场》杂志社，经常找他参与研究选题，我发现他不仅非常了解营销一线，而且思路很开阔，选题很有前沿性。一般老总报告写得多，而治民的营销文章写得比较多，在中国营销界算得上一名高产的作家。治民文章的高产，我认为是善于思考和勇于实践的结果。治民能从一名销售老总转型为咨询专家和培训专家，可算顺理成章。

企业的营销团队性格决定企业的营销绩效。作为销售老总，治民能够带领营销团队在激烈而复杂的竞争中，突破重围，迅猛发展，使企业成为中国行业四强、成长速度最快的企业，这其中的根源就在于治民打造了一支具有狼之性格特征的营销团队。如今治民能够将自己的营销实战经验出版，也算是对营销界的又一贡献。

现在谈狼的书和文章比较多了，狼从原来被人类从价值观上否定的动物一下子变成人类需要学习的动物，这当然是人类的进步。但在对狼性的理解上又容易走向片面的一面。我在一些企业看到，学习的所谓狼性文化恰恰是狼性价值中的负面。因此，我们看到狼性文化被肯定时，也看到了很多的“伪狼性文化”。

在我看来，作者写这本书，既是想为狼性文化正本清源，还狼性文化一个完整的面目，也是想在狼性文化的实践上有所突破。作者在前言中写道：“狼懂得进攻，也懂得退却；狼善于交流，更善于谋略；狼遵守纪律，也具备无畏之勇；狼坚忍不拔，亦执着到底。”这就是对狼性文化的多面解读。学习狼性文化，确实需要多面解读。

狼道营销

营销人强势生存的实战法则

把狼性文化与营销和管理结合起来，形成狼道营销，这可能是本书最大的看点。狼性不仅是一种精神，更是一种方法。为了不让狼性文化成为口号文化，就需要从组织、制度和方法上“复制”狼性组织和狼性方法。作者做过多年的销售老总，拥有丰富的带领团队实践和狼性营销的体验，相信不会让读者失望。

《销售与市场》杂志社副总编 刘春雄

2009年12月8日

前言

弱肉强食是亘古不变的自然法则，“适者生存，优胜劣汰”是颠扑不破的自然铁律。狼懂得进攻，也懂得退却；狼善于交流，更善于谋略；狼遵守纪律，也具备无畏之勇；狼坚韧不拔，亦执著到底。所以，狼在大自然中立于不败之地。

在所有哺乳动物中，最具感情者，莫过于狼；最具坚韧者，莫过于狼；最具成就者，莫过于狼。可以说，狼代表了一种生存哲学，代表了一种生存之道。

狼王训导幼狼：“要想永远立足于草原，你们必须要比羚羊起得更早，你们的奔跑速度要比跑得最快的羚羊还要快，只有这样你们才不致被饿死！”现在的社会不是大鱼吃小鱼的时代，而是快鱼吃慢鱼的时代。今天的营销竞争是速度的竞争，我们考虑的重点不应是如何战胜对手，而是如何超越对手。

现代社会的竞争日益激烈，每一个人必然都面临着巨大的生存和发展的压力，以及来自各个方面的竞争。在竞争中，我们只有两种选择：要么做“狼”，要么做“羊”。做羊就意味着被吃掉，所以人人都争着做“狼”。

竞争是残酷的、现实的，它不会事先与你商量，也不会因为任何事物而作出丝毫改变。所以，我们只能勇于面对，在竞争中练就狼道的求生智慧，才不致被社会淘汰。

为什么狼能够成为草原之王？为什么群狼能够战胜猛虎？因为狼才是真正的强者！海尔总裁张瑞敏曾说：“大草原上的生物百态在揭示着一个市场竞争的准则——竞争和变化是常态，谁也无法回避竞争，只能身在其

中。”其实狼和羊都在为生存拼搏，在拼搏中进化，强者恒强，适者生存。如果你在竞争中被淘汰，不是竞争残酷，而是你不适应竞争！

的确如此，只有成为真正的强者，你才能适应竞争！华为自打造狼性文化以来实现了快速发展，更是引领了国内企业对狼性文化和狼道精神的热衷，越来越多的企业亦是积极借鉴狼性文化打造自己的狼性团队。

我多年来在营销工作中深谙狼道精神对狼性营销团队打造的重要意义，近年我也一直致力于以狼道文化为核心的营销培训，主要开发出两门课程：“狼性营销团队建设与潜能开发训练营”、“狼性销售团队实战技能训练”。但是为了让更多营销界人士深入了解狼道精神，特将我多年来对狼性团队训练的所感所悟编辑成书——《狼道营销——营销人强势生存的实战法则》与大家分享！

在这本书中，你将知道如何打造真正的狼性营销团队，你将知道如何全面提升营销团队的凝聚力、执行力、绩效力，你将知道如何才能抓住营销中狼道精神的实质。

第一，营销人员要学习狼的超强自信。

狼从不相信他们是弱者，不论对手有多么强大，他们都相信自己有战胜对手的方法。令人们惊奇的是，在动物界里，狼群丝毫不对自己的任务感到厌倦、心烦，它们会持续好几天的时间，用以观察并监控被它们盯上的猎物。试问各位营销人，我们面对工作的时候是否也是激情无限？面对困难和挑战的时候是否也能保持超强自信？狼的生存环境与当前绝大多数企业的营销环境是一致的，为什么许多营销人员面对艰难的环境是抱怨和叹息，而狼面对恶劣的生存环境却表现出无限的激情？这一切皆来自于狼的自信。

自信者才自强，作为营销人应该热爱这个职业，因为营销是最能磨炼一个人的心志，最能锻炼一个人能力的职业。世界 500 强的 CEO 们大多数都是出身于销售。自信不仅是源于能力，更是源于心态，只要拥有一个自信的心态，永远相信：我能！那么，一切都不是难事。自信来自于你自己怎么看自己，而不是别人的看法，你相信自己才是最重要的。

第二，营销人员要学习狼的危机意识。

狼的生存环境极其恶劣，生存形势风云变幻，而它之所以能够强势生存，就是因为狼具有强烈的危机意识。它们从来不会享受安逸，放纵自己；它们从不自鸣得意，从不傲慢陶醉；它们总是以高度的警觉和敏锐的洞察力去寻找机会，规避危险。在外界环境发生变化之前就已经调整好自己的生存策略，所以，狼成为了草原之王。

我在训练课程上经常会问学员一个问题：面对当前的形势，我们需要树立“居安思危”的意识吗？几乎所有的学员都会异口同声地说：要！而我认为，我们根本不存在“安”的问题，竞争只会越来越激烈，营销人员务必要有强烈的危机感！看不到危机是最大的危机！看到危机不去防范就是犯罪！不要抱怨对手的残忍，竞争从来都是如此！我们根本不需要“居安思危”，而是要“居危思进”。微软永远在告诫员工：微软离倒闭还有18个月，但微软一直活得很好。中国华为总裁任正非的《华为的冬天》几乎是华为员工人手一本书，正是他们具有强烈的危机感，时时都将华为视作身处严冬去面对，华为今天才发展得这样好。

第三，营销人员要学习狼的逆境生存能力。

在狼族的词典中，永远没有“失败”和“放弃”两个词。狼族通过不间断的训练、准备、计划、沟通与行动演练，永远在为胜利做准备，它们从未想过失败。正是在这种险恶的环境中，狼才得以战胜对手，才成为陆地上食物链顶端的生物之一。对于人类来说，困境一样是强者产生的土壤。但在现实中，很多营销人都只会抱怨环境的恶劣，他们把逆境当成魔鬼，从不知道如何从逆境奋起，不知道只有逆境才能磨炼出强者。被人们称为“血胆将军”的巴顿，有人问他在开战之前是否会感到恐惧时，他说：“有，我常常在重要的战斗前，甚至在交战中产生恐惧。但是，我决不向恐惧屈服。”作为一个营销人员，也许对手的实力的确比你强大，也许你会在与对手的竞争中失败，但你绝对不能丢掉信心，绝对不能惧怕对手。一旦产生了对对手的恐惧，你就再也没有了战胜对手的机会。美国前总统柯立芝在其晚年的人生回忆录中写到：“世界上没有一样东西可以取

代顽强和坚韧。”营销事业的成功都是由无数个逆境和挫折组成的，只有坚持不懈走到成功的人才会成为佼佼者。

第四，营销人员要学习狼的团队协作能力。

当狼群穿越雪地时，最常用的队形是“单一纵队”，狼群里领头狼往往扮演着开路先锋的角色。当纵队的领头狼疲累之后，它会移往队伍旁边，并让下一匹狼担任开路先锋的任务，它就可以跟在队尾，轻松一下，养精蓄锐，迎接新的挑战。如此不断替换开路先锋，让狼群的捕猎队伍成员能够在耗费最少体能的状况下，保留体力以应付即将面对的狩猎挑战。狼群每次攻击猎物时都是团队协作作战，它们之间相互信任、相互配合、分工明确、团结一致，形成强大的执行力和攻击力。虽然熊很厉害，但熊得到的猎物经常会被狼抢走，这是因为熊每一次都是单独行动，而狼每一次都是团队作战。在竞争中，狼的这种精神是绝对让对手佩服的，其发挥的力量也是最强大的。

狼道精神成为引领团队成员默契合作的至上法宝。作为营销人员，任何个人的成功都离不开团队的支持与配合，重视团队协作，让每一个人的优势都得到最充分的发挥，实现团队效能的最大化，才会使营销无往而不胜！

本书在充分挖掘狼性特点的基础上，做了进一步的深入探究与总结，完美地将狼道智慧引申到我们的营销工作中，并通过大量的实例，全面阐释，深度分析，为营销界人士提供了有价值的评述。

我相信本书将为你的营销工作注入长久不衰的活力！它不仅精透地讲解了狼道精神，而且与营销工作完美地结合，定能助你在营销工作中走向顶峰！

在成书过程中，苑雅兴、申军肖、李博、江静、张铁松、李树军、张志桥、赵慧、陈总峰等帮助搜集资料、整理书稿，做了大量的工作，在此表示感谢。

目 录

上篇 高绩效营销团队呼唤狼性回归

英国动物学家绍·艾利斯说：“在所有哺乳动物中，最有情感者，莫过于狼；最具韧性者，莫过于狼；最有成就者，还是莫过于狼。”大草原的波澜壮阔，风云变幻，赋予狼一个传奇的世界，它狡猾的智慧、凶狠的配合、坚韧的战斗、团结的步调、耐心的坚守等特性，一时间颠覆了人们传统的认识，狼不再是一种可怕的动物，而是更多了一些人性，一些更珍贵的品质。

第一章 呼唤狼性回归——狼性营销团队组建本质	3
第一节 一切都从认识狼开始	3
第二节 狼性有善也有恶	5
第三节 辩证的心态看待狼性	7
第四节 学习狼性的优秀之处而不是血性	10
第五节 你是人而不是狼	12
第二章 体现狼性素质——狼性营销人员心态定位	15
第一节 不要被金钱奴役，要为自己工作	15
第二节 狼性营销人员职业定位	17
第三节 冲破自己的内在冰山	20
第四节 重新认识你的人生价值	23
第五节 营销人员职业生涯规划	25

第三章 展示头狼魅力——狼性营销经理领导力提升	29
第一节 孙武练兵故事的启示	29
第二节 领导力就是执行力	32
第三节 狼性营销经理三大定位	34
第四节 狼性营销经理必须灵活运用的营销管理工具	36
第五节 狼性营销经理提升领导力的八项方针	43
第四章 追求狼族精神——狼性营销团队文化建设	47
第一节 不要做“羊”要做“狼”	47
第二节 团结就是力量	49
第三节 狼性团队精神分析	51
第四节 狼性营销团队的特征	53
第五节 狼性营销团队文化的建设策略	56

下篇 营销人强势生存的八条狼性法则

与雄狮和猛虎相比，狼真算不上是猛兽，它的体力与体形都与狗差不了多少。但是，狼是嗜血动物，有着野性的激情和冲动，它们敏锐、顽强、团结、勇于牺牲，它们以自己矢志不渝的食肉信念、百折不挠的作战态度、众狼一心的团队精神纵横于恶劣的自然界而强势生存。营销人当今面对的环境又何尝不像狼的生存环境一样呢？面对日益激烈的市场竞争和职场竞争，营销人只有具备强势生存的能力，才能永立不败之地。所以，狼的强势生存法则值得每一位营销人去学习。

第五章 狼性之纪律——成功的路基	61
第一节 没有规矩，不成方圆	61
第二节 严明自律方可制胜	63
第三节 不要找任何借口	65
第四节 执行，绝对服从	68

第六章 狼性之谋略——将智慧充分运用	71
第一节 以逸待劳，养精蓄锐和以变应变	71
第二节 欲擒故纵，先放后收觅战机	74
第三节 瞒天过海，以假乱真出奇招	77
第四节 避实击虚，攻其要害摧枯拉朽	80
第五节 声东击西，布疑阵出奇制胜	83
第六节 笑里藏刀，麻痹对方的警惕心	86
第七章 狼性之坚韧——逆境不言败	91
第一节 在逆境中改变自己	91
第二节 在磨难中历练自我	94
第三节 学会卷土重来	97
第四节 用耐心换成功	100
第五节 坚持到底就是胜利	103
第八章 狼性之野劲——主动出击势不可当	107
第一节 机会不是等来的	107
第二节 瞅准了就冲上去	110
第三节 细节决定成败	112
第四节 盯住猎物不放松	115
第九章 狼性之无畏——无往而不胜	119
第一节 狼的字典里没有“退”字	119
第二节 学会战胜自我	122
第三节 斩断退路赢得出路	125
第四节 无畏，无往而不胜	129

第十章 狼性之眼光——准备充分再出击	133
第一节 知己知彼，把握机遇	133
第二节 用好奇心培养良好的洞察力	140
第三节 营销未动计划先行	144
第四节 透过现象看本质	147
第五节 出击前保持最好的状态	153
第十一章 狼性之沟通——以沟通获得青睐	159
第一节 科学的沟通最有效	159
第二节 掌握沟通的技巧	167
第三节 观察与倾听	181
第四节 语言的威力	187
第十二章 狼性之执著——不达目的誓不罢休	193
第一节 锲而不舍才能走向辉煌	193
第二节 克服营销障碍	197
第三节 消除客户的抵制	200
第四节 从异议中寻找成交的机会	205
第五节 继续拜访说“不”的客户	211
第六节 面对客户的拒绝不要轻易退缩	214
第七节 找出失败的原因	217
第八节 失败的经验更宝贵	221
第九节 反败为胜之道	222



上篇 高绩效营销团队呼唤狼性回归

英国动物学家绍·艾利斯说：“在所有哺乳动物中，最有情感者，莫过于狼；最具韧性者，莫过于狼；最有成就者，还是莫过于狼。”大草原的波澜壮阔，风云变幻，赋予狼一个传奇的世界，它狡猾的智慧、凶狠的配合、坚韧的战斗、团结的步调、耐心的坚守等特性，一时间颠覆了人们传统的认识，狼不再是一种可怕的动物，而是更多了一些人性，一些更可贵的品质。