



FIGHT AND MARKETING

卢文功 ▶ 著

战争与营销

营销精英、营销策划师、营销培训师专用



南海出版公司

战争与营销

卢文功 ► 著

南海出版公司

2006 · 海口

图书在版编目 (CIP) 数据

战争与营销 / 卢文功著. —海口: 南海出版公司,
2006.2
ISBN 7-5442-3254-9

I. 战... II. 卢... III. 企业管理—市场营销学
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 111736 号

ZHANZHENG YU YINGXIAO

战争与营销

著 者 卢文功
责任编辑 吴 键 庄秀颜
出版发行 南海出版公司 电话: (0898)66568511
社 址 海南省海口市海秀中路 51 号星华大厦五楼 邮编: 570206
电子信箱 nhcbgs@0898.net
印 刷 海南三叶印刷工业有限公司
开 本 787 毫米×1092 毫米 1 / 16
印 张 22.75
字 数 270 千
版 次 2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月第 1 次印刷
印 数 1~2000 册
书 号 ISBN 7-5442-3254-9
定 价 38.00 元

南海版图书 版权所有 盗版必究

企业顶尖营销

适合

营销精英、营销
策划师、营销培训师

营销精英必读

FIGHT AND MARKETING



营销精英培训

企业营销顾问

营销项目合作

联系电话：13698998911

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.mentonglu.com wg666666@163.com



卢文功先生：

海南大学毕业，做过医生、室内设计师、广告设计师，现为企业营销策划师、企业营销培训师。主要著作有营销专著《战争与营销》、长篇小说《云飘飘》。

精英战法

顶尖营销



创
新
赢
得
未
来

智慧产生力量

序

很早以前，商业中就流传着这样一句话，即“商场如战场”，人们把企业的商战比作一场没有硝烟的战争。在更早的时候，中国的企业家已成功地运用孙子兵法、三十六计等兵家思想进行企业的商业运作。由此可以看出，商场与战场之间存在着密不可分的关系。

社会发展到今天，在中国乃至世界上已有不少企业正在运用军事化理念、方法对企业进行军事化管理和市场运作，并取得了非凡的业绩。据统计，在世界五百强的企业中，有将近三分之一的总裁是毕业于美国的西点军校。这些身居企业高位的原军事界精英，不可避免地会把一些军事化的管理方法带到企业当中。

现实中，全球的企业为了生存、发展，都在不同的道路上遇到了共同的难题，那就是经过几百年资本化进程的企业在运作上已经很难找到突破性、革命性的企业发展理念。这等于让企业在旧有的思维框架中不断重复着已经走过的老路，这与时代的进步是不相符的，是危险的。

军事化思想是一种拥有几千年哲学思想的策略性文化，很早以前人们就认识到了军事化思想对企业确切的帮助。但是，由于历史和观念的束缚，也由于研究的不够深入，导致这一伟大的思想对企业的指导并没有获得完全的突破。人们对这一思想的认识、

研究还只是停留在“古战场”上，对企业军事化运作的探索远还没有形成一个科学的、系统的、全面的研究。特别是军事战争已经步入“高科技、信息化、数字化”的今天，这些非凡的军事化理论、理念并没有对企业产生应有的影响，这不能不说是一个世界性的忽视。

《战争与营销》通过军事化理论、理念，全面而系统地阐述了企业军事化营销理念、营销方法，是一本完全军事化、系统化的企业营销专著。

一场企业军事化运作的变革正在开始，它所具有的独特的、非凡的、强大的、惊人的作用，将会引起全球企业的关注。值得自豪的是，这场企业营运思想变革正从中国开始，引导世界。

企业的发展需要有新的观念、新的思想、新的认识。本书以创新的精神提出了“人流的有效价值论”、“企业营销的层级论”、“营销谈判的分期论”等新的企业营销理念和方法。这些全新的研究和探索正在开辟出企业营销新的篇章！

Fight And Marketing

战争与营销

目录

Contents

企业军事化营销——高科技战争与企业营销的内在联系	(1)
※ 商场如战场——高科技战争与现代企业营销	(3)
※ 商场如战场——企业军事化营销的意义	(7)
※ 商场如战场——高科技战争指导现代企业营销	(12)
※ 商场如战场——高科技战争的特点对现代企业营销的意义	(16)
电话——企业营销的“突击步枪”	(27)
※ 电话——企业营销的“突击步枪”	(31)
※ 电话——电话营销的基本特点	(33)
※ 电话——电话的商战法	(35)
※ 电话——电话营销的优点	(47)
企业宣传资料——企业营销的“手榴弹”	(51)
※ 企业宣传资料——企业营销的“手榴弹”	(53)

Fight And Marketing

战争与营销

目录

Contents

※ 企业宣传资料——企业宣传资料的商战法·····	(56)
户外广告——企业营销的“地雷”·····	(61)
※ 户外广告——企业营销的“地雷”·····	(63)
※ 户外广告——制造企业营销的“地雷”·····	(65)
※ 户外广告——企业营销的“地雷战”·····	(68)
传真机——企业营销的“火炮”·····	(71)
※ 传真机——企业营销的“火炮”·····	(73)
※ 传真机——传真机的商战法·····	(75)
营销邮件——企业营销的“精确制导导弹”·····	(89)
※ 营销邮件——精确制导导弹与营销邮件的共同特点 ·····	(91)
※ 营销邮件——营销邮件的商战法·····	(95)

Fight And Marketing

战争与营销

目录

Contents

杂志、专刊——企业营销的“武装直升机”	(101)
※ 杂志、专刊——企业营销的“武装直升机”	(103)
※ 杂志、专刊——杂志、专刊的空战法	(108)
报刊、影视传媒——企业营销的“战斗机”	(113)
※ 报刊、影视传媒——企业营销的“战斗机”	(115)
※ 报刊、影视传媒——报刊、影视的空战法	(119)
计算机——网络信息战	(133)
※ 计算机——网络营销的信息战	(135)
※ 计算机——网络营销的战法	(137)
企业营销精英——全军事化训练	(143)
※ 企业军事化营销——营销精英的军事化训练	(145)

Fight And Marketing

战争与营销

目录

Contents

企业军事化营销精英——营销素质训练	(155)
※ 军事化营销精英——胆量素质训练	(158)
※ 军事化营销精英——气量素质训练	(160)
※ 军事化营销精英——心理素质训练	(161)
※ 军事化营销精英——能力素质训练	(167)
企业军事化营销精英——上门推销实战训练	(175)
※ 企业军事化营销精英——上门推销准备工作训练 ...	(178)
※ 企业军事化营销精英——上门推销基本战法训练 ...	(180)
企业军事化营销——企业营销“侦察战”	(185)
※ 企业军事化营销精英——企业营销“侦察战”	(187)

Fight And Marketing

战争与营销

目录

Contents

企业军事化营销——企业营销“突击战”	(193)
※ 企业军事化营销——企业营销“突击战”	(195)
※ 企业军事化营销——“突击战”的作战方法	(197)
 企业军事化营销——企业营销“阵地战”	(199)
※ 企业军事化营销——企业营销“阵地战”	(201)
※ 企业军事化营销——“阵地战”的作战方法	(204)
 企业军事化营销——企业营销“阻击战”	(215)
※ 企业军事化营销——企业营销“阻击战”	(217)
※ 企业军事化营销——“阻击战”的作战方法	(219)
 企业军事化营销——企业营销“歼灭战”	(227)

Fight And Marketing

战争与营销

目录

Contents

※ 企业军事化营销——企业营销“歼灭战”	(229)
※ 企业军事化营销——“歼灭战”的作战方法	(231)
企业军事化营销——企业营销“信息战”	(237)
※ 企业军事化营销——企业营销“信息战”	(239)
※ 企业军事化营销——“信息战”的作战方法	(241)
企业军事化营销——企业领袖素质	(245)
※ 企业军事化营销——企业领袖的基本素质	(247)
※ 企业军事化营销——企业领袖的个人魅力	(254)
企业军事化营销——营销谈判	(257)
※ 企业军事化营销——营销谈判的基本要素	(259)

Fight And Marketing

战争与营销

目录

Contents

※ 企业军事化营销——营销谈判制胜的艺术	(265)
QKL——企业营销控制论	(275)
※ QKL——项目的控制	(278)
※ QKL——市场的控制	(280)
※ QKL——团队的控制	(283)
谈判经典法——营销谈判的分期论	(287)
※ 营销谈判的分期论——心理活动期	(289)
※ 营销谈判的分期论——谈判分期法	(293)
精英营销——人流的有效价值论	(303)

Fight And Marketing

战争与营销

目录

Contents

※ 人流的有效价值论——区域人流	(306)
※ 人流的有效价值论——干道人流	(308)
※ 人流的有效价值论——人流环境	(310)
 CJL —— 企业营销的层级论	 (313)
※ CJL——低级劣势层级	(315)
※ CJL——等级关系层级	(318)
※ CJL——高级优势层级	(319)
 精英营销——企业营运架构论	 (321)
※ 企业营运架构——集权模式	(323)
※ 企业营运架构——代理模式	(327)
※ 企业营运架构——混合模式	(334)
※ 企业营运架构——督导模式	(339)