

# 洞察人性的 营销战术

## 沈坤教你28式

沈金坤（笔名：沈坤）◎著

现代营销战争的孙子兵法  
企业竞争致胜的武林秘籍



# 洞察人性的 营销战术

## 沈坤教你28式

沈金坤（笔名：沈坤）◎著



云南出版集团公司  
云南科技出版社  
·昆明·

图书在版编目 (CIP) 数据

洞察人性的营销战术：沈坤教你 28 式/沈金坤著. —昆明：云南科技出版社，2017.6  
ISBN 978 - 7 - 5587 - 0733 - 9

I. ①洞… II. ①沈… III. ①营销策略 IV. ①F713. 50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 180075 号

责任编辑：赵伟力

屈雨婷

封面设计：久品轩设计

责任印制：翟苑

责任校对：叶水金

云南出版集团公司

云南科技出版社出版发行

(昆明市环城西路 609 号云南新闻出版大楼 邮政编码：650034)

北京富泰印刷有限责任公司 全国新华书店经销

开本：710mm × 1000mm 1/16 印张：19.5 字数：279 千字

2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

定价：68.00

## 用横向思维洞悉人性弱点

感谢您阅读本书，当您翻开书页，就意味着您已经打开了这本专注于营销战术的营销谋略书。这是一本全新的商业兵法书籍，它拥有许多新奇的营销招数，足以影响你对传统营销理论的固有认知。

本书介绍了 28 个匪夷所思的营销怪招，涉及商业竞争的方方面面，大部分招数甚至可以直接运用到企业的营销中。可以说，如果将其放置于江湖武林，它将是一本足以使你号令天下、一统江湖的武林秘笈。

春秋时期的一部《孙子兵法》，让我们在一场又一场惨烈的战争中见识到了智慧的力量，后人每每提及战争必然会想到《孙子兵法》，甚至还有人将其运用到商战中。这不仅说明了这部兵法的实用之处，还提出了一个引人深思的问题，那就是我们总是习惯性地聚焦于如何运用它，却鲜少有人通过破局和创新来超越它。

同样，在中国的营销界，人们总是习惯性地套用由美国西北大学菲利普·科特勒教授撰写的《营销管理》，以及艾·里斯、杰克·特劳特提出的定位观点等营销理论，却始终没有人想过如何超越他们的成就。这就导致中国企业只能单向地接受不少专业的营销策划公司和定位策划专家贩卖

的营销理论、实战技能和定位理论。

有人说，理论是后人对实践的归纳总结，基本上已经形成了一种固有的模式，我们只要将其运用得更加熟练就行了。我也同样是受国外先进的营销理论影响并在营销实战中成长起来的营销人，不同的是，我并不满足于运用经验，我喜欢冒险和探索。因为市场营销是一种应对未来的谋略和行为，既然是应对未来，那么过往的理论由于时代的限制就必然会有缺陷。

学生时代，对诗歌和哲学的广泛阅读和深入思考，逐步影响了我对世界和人生的看法，尤其是一些涉及心理学范畴的内容，更使我对人的生命及社会的发展有了不一样的体悟，随后由于职业的关系，我逐渐把这种体悟引入营销思考中。这就是我研究横向思维创新的开始，也是我突破营销经验窠臼，进行自我思维破局的关键。

思维就是人的意识和潜意识过程，它统率人的灵魂，人的一切行为都是受思维支配的。我们现在运用的是古希腊圣贤们于2400年前创立的逻辑思维，这是一种非常高效的思考模式，它的特征就是依赖经验和数据进行分析，但是它的效能只对过去或者已经存在的事物产生作用，在应对未来方面有着很大的局限性。

我在营销策划的实践中发现，消费者的消费行为是受大脑思维影响的，所以，我在设计策略的时候，总是会思考消费者在购买产品时会如何思考、他们思维的轨迹又是如何运行的、我要用什么样的策略才能影响到他们、我要怎么做才能让他们不顾一切地想要拥有产品和服务？这个思考在一定程度上涉及了未来式的横向思维。

社会规范的影响也好，价格锚定的支配也罢，消费者的购买行为都会被一种强大的理由左右，而这个理由的强大程度，则是由营销策略设计者的思维高度和宽度决定的。因此，本书所涉及的营销招数几乎都是我站在一个营销谋略者的角度，在充分了解消费者的消费思维过程之后做出的一个个应对性策略。

本书中的28个营销招数都建立在对人性的把握及对消费者思维过程

的控制上，用读者的话来说，就是读起来特别过瘾。因为它没有任何说教，也不谈丝毫的理论。我只是把每个招数的意义、作用、使用方法和案例样板一一拆解开来，让读者能够轻松看懂并学以致用。

沈 坤

2017年10月

## 以小博大、以弱胜强的谋略家

看了沈坤发过来的书稿，给我的第一印象就是：他是一个擅长研究消费心理的人；是一个既彪悍又细腻的人。尽管表面上看起来，他谈的是策划的招数，但是招数背后的支撑无疑是对消费心理的精准把握，是对中国国情的深刻理解。作为营销战略方面的专业人士，在我看来他已经把零散的策划招数上升到了“道”的层面，形成了相对完整的套路，尽管他自己并没有这么说。

很多人都认为，在中国这样一个鱼龙混杂的初级市场上，经典的市场营销理论是难以发挥作用的。这句话只说对了一半。因为事实好像真的如此，很多领域都是劣币驱逐良币，没有章法、胡打乱打的人反倒成功了。其实，对于中小企业来说，没有资格与大企业打阵地战，只能采用迂回包抄战术或游击战术，这个时候要想以弱胜强就必须以奇招、怪招来进攻，所以沈坤的策划绝招就应运而生了。说错了一半，是因为很多人一味地排斥西方的管理体系，认为西方的管理理念不符合中国国情，过分强调中国式营销。其实，很多人并没有搞清楚问题的根源在哪里。要知道，任何管理理论、最佳管理实践都要考虑时间和空间这两个因素。企业所处的发展

阶段不同，时间点就改变了；企业所处的市场环境不同，空间点就改变了。所以，在西方国家行之有效的很多措施会在中国市场失灵，这是很正常的现象，究其原因就是盲目跟风、照搬照抄。

在我看来，当今中国最缺的就是能够洋为中用、古为今用的综合性人才：既能够谦卑地学习、借鉴西方成熟的管理理念，又能够根据中国国情进行本土化创新，不走寻常路。然而，这样的人才在一个抄袭模仿成风、炒作盛行的市场环境中是很难生存的。沈坤可以说是一个难得的“独行侠”，从他的书稿中可以感受到他内心深处那种不服输的精神，那种不人云亦云的态度，那种灵活驾驭营销理论的能力。

我做市场营销工作已经整整 30 年了，从职业经理人到咨询顾问，见证了中国企业 30 年的营销进程。总的来说，绝大多数企业都喜欢在市场宣传上做文章，仅有极少数企业舍得在产品创新上做文章，因为做好产品不容易，需要有耐心和毅力。我最大的愿望就是看到更多的人能回归市场营销的原点，深入挖掘目标客户未被满足的需求，从而基于消费心理在产品创新上做文章。只有做出让国人自豪、追捧的好产品，才能实现可持续发展，才有可能走出中国、走向世界。

多年来，我的座右铭始终是：换个方向就是第一，要勇于做一条反方向游的鱼。看完沈坤的书稿，我感觉这个世界上又多了一个同路人，一个不随大流、不落俗套的人。尽管沈坤侧重于策划，我侧重于顶层设计，但是我们之间还是有很多相同之处。

《赢在顶层设计》作者、著名营销战略专家 高建华

2017 年 10 月



## 无创新，不营销

何谓营销？在我看来，简单地说，就是解决卖什么、卖给谁、怎么卖的问题。在营销过程中，尽管“销”是目的，但“营”却是不可或缺的手段。当然，从营销策划的角度来看，高深的理论也很多：从4P到4C，从定位理论到波特竞争战略，从CIS系统构建到整合营销传播，从蓝海战略到长尾理论……在互联网时代的大背景下，我们又常常在谈论病毒式传播及社会化营销。

只需稍作梳理，就很容易发现，我们的营销理论其实一直处于不断变化的状态之中。正所谓“江山代有才人出，各领风骚数百年”，上述思路、方法并没有谁优谁劣、谁对谁错之分，甚至全都堪称经典。之所以产生各种各样的变化，是因为市场在不断变化，我们对于市场的认识与理解在不断变化，而变化正是创新的起点。

从前面罗列的各种理论来看，其实有一点遗憾。这些经典的、引领世界潮流的思路与方法都是“舶来品”，面对我们国家如此广阔的市场、丰富的企业产品类型，以及庞大的消费者群体这一现状，我们对于市场营销领域的研究与思想贡献却难言突出。

另一方面，市场营销从来不是“一招鲜，吃遍天”的工作，我们的客户、受众、消费者从需求、心理、认知和体验感上来说，也是瞬息万变。同样的“招数”，很快就会被人模仿，甚至被人超越，同时也很快就会让人感到审美疲劳。因此，这就要求我们必须每天都有新点子、新花样，从而为市场带来新的刺激。

“兵无常势，水无常形”，在本书中，你能明显感受到中国商业竞争与中国经营智慧的变化多端，接地气的营销奇招、带有思辨色彩的策划哲学，以及立竿见影的创意干货层出不穷。虽然本书作者沈坤老师诙谐地将自己多年来在行业中摸爬滚打得出的经验与策略总结为猛招、狠招甚至是怪招，但我始终认为，只要能够为企业带来实际价值的、切实可行并且行之有效的，都可以称之为好招、妙招。

作为大型农牧和新能源企业，通威集团及旗下拥有数以百计的分公司、子公司的品牌，因而产品的策划、塑造、传播与推广是一项极其复杂的、系统的、长期而艰巨的工程。服务于这个岗位十七年，其中甘苦，亦如人饮水，冷暖自知。但也正是在这样的过程中，我们才有机会、有缘分结识了沈坤老师，并与其“双剑破局”进行合作。

在我看来，沈坤老师不仅幽默风趣，他的思维也极其活跃，浑身上下每一个细胞都充满着创意的因子。而且，他是一个心胸十分开阔的人，在工作和生活中，他总会与你分享其独到见解，热情地为你出谋划策，并无私地与你分享经验。

无创新，不营销。如果你有意愿、有想法，想在市场营销工作中有所作为和突破，本书将带你一起脑力激荡，脑洞大开！

通威集团副总裁 黄其刚

2017年9月

## 推荐作者得新书!

### 博瑞森征稿启事

**亲爱的读者朋友:**

感谢您选择了博瑞森图书!希望您手中的这本书能给您带来实实在在的帮助!

博瑞森一直致力于发掘好作者、好内容,希望能把您最需要的思想、方法,一字一句地交到您手中,成为管理知识与管理实践的桥梁。

但是我们也知道,有很多深入企业一线、经验丰富、乐于分享的优秀专家,或者忙于实战没时间,或者缺少专业的写作指导和便捷的出版途径,只能茫然以待……

还有很多在竞争大潮中坚守的企业,有着异常宝贵的实践经验和独特的洞察,但缺少专业的记录和整理者,无法让企业的经验和故事被更多的人了解、学习……

**对读者而言,这些都太遗憾了!**

博瑞森非常希望能将这些埋藏的“宝藏”发掘出来,贡献给广大读者,让更多的人从中受益。

所以,我们真心地邀请您,我们的老读者,帮我们搜寻:

#### **推荐作者**

可以是您自己或您的朋友,只要对本土管理有实践、有思考;可以是您通过网络、杂志、书籍或其他途径了解的某位专家,不管名气大小,只要他的思想和方法曾让您深受启发。

可以是管理类作品,也可以超出管理,各类优秀的社科作品或学术作品。

#### **推荐企业**

可以是您自己所在的企业,或者是您熟悉的某家企业,其创业过程、运营经历、产品研发、机制创新,等等。无论企业大小,只要乐于分享、有值得借鉴书写之处。

**总之,好内容就是一切!**

博瑞森绝非“自费出书”,出版费用完全由我们承担。您推荐的作者或企业案例一经采用,我们会立刻向您赠送书币1000元,可直接换取任何博瑞森图书的纸书或电子书。

感谢您对本土管理原创、博瑞森图书的支持!

推荐投稿邮箱:bookgood@126.com 推荐手机:13611149991

## 1120 本土管理实践与创新论坛

这是由 100 多位本土管理专家联合创立的企业管理实践学术交流组织,旨在孵化本土管理思想、促进企业管理实践、加强专家间交流与协作。

论坛每年集中力量办好两件大事:第一,“出一本书”,汇聚一年的思考和实践,把最原创、最前沿、最实战的内容集结成册,贡献给读者;第二,“办一次会”,每年 11 月 20 日本土管理专家们汇聚一堂,碰撞思想、研讨案例、交流切磋、回馈社会。

论坛理事名单(以年龄为序,以示传承之意)

### 首届常务理事:

彭志雄 曾伟 施炜 杨涛 张学军  
郭晓 程绍珊 胡八一 王祥伍 李志华  
陈立云 杨永华

### 理事:

卢根鑫	王铁仁	周荣辉	曾令同	陆和平	宋杼宸	张国祥
刘承元	曹子祥	宋新宇	吴越舟	吴坚	戴欣明	仲昭川
刘春雄	刘祖轲	段继东	何慕	秦国伟	贺兵一	张小虎
郭剑	余晓雷	黄中强	朱玉童	沈坤	阎立忠	张进
丁兴良	朱仁健	薛宝峰	史贤龙	卢强	史幼波	叶敦明
王明胤	陈明	岑立聪	方刚	何足奇	周俊	杨奕
孙行健	孙嘉晖	张东利	郭富才	叶宁	何屹	沈奎
王超	马宝琳	谭长春	夏惊鸣	张博	李洪道	胡浪球
孙波	唐江华	程翔	刘红明	杨鸿贵	伯建新	高可为
李蓓	王春强	孔祥云	贾同领	罗宏文	史立臣	李政权
余盛	陈小龙	尚锋	邢雷	余伟辉	李小勇	全怀周
初勇钢	陈锐	高继中	聂志新	黄屹	沈拓	徐伟泽
谭洪华	崔自三	王玉荣	蒋军	侯军伟	黄润霖	金国华
吴之	葛新红	周剑	崔海鹏	柏龔	唐道明	朱志明
曲宗恺	杜忠	远鸣	范月明	刘文新	赵晓萌	张伟
韩旭	韩友诚	熊亚柱	孙彩军	刘雷	王庆云	李少星
俞士耀	丁昀	黄磊	罗晓慧	伏泓霖	梁小平	鄢圣安



企业案例·老板传记		
书名·作者	内容/特色	读者价值
你不知道的加多宝：原市场部高管讲述 曲宗恺 牛玮娜 著	前加多宝高管解读加多宝	全景式解读，原汁原味
借力咨询：德邦成长背后的秘密 官同良 王祥伍 著	讲述德邦是如何借助咨询公司的力量进行自身与发展的	来自德邦内部的第一线资料，真实、珍贵，令人受益匪浅
收购后怎样有效整合：一个重工业收购整合实录（待出版） 李少星 著	讲述企业并购后的事	语言轻松活泼，对并购后的企业有借鉴作用
娃哈哈区域标杆：豫北市场营销实录 罗宏文 赵晓萌 等著	本书从区域的角度来写娃哈哈河南分公司豫北市场是怎么进行区域市场营销，成为娃哈哈全国第一大市场、全国增量第一高市场的一些操作方法	参考性、指导性，一线真实资料
六个核桃凭什么：从0过100亿 张学军 著	首部全面揭秘养元六个核桃裂变式成长的巨著	学习优秀企业的成长路径，了解其背后的理论体系
像六个核桃一样：打造畅销品的36个简明法则 王超 范萍 著	本书分上下两篇，包括“六个核桃”的营销战略历程和36条畅销法则	知名企业的战略历程极具参考价值，36条法则提供操作和方法
解决方案营销实战案例 刘祖轲 著	用10个真案例讲明白什么是工业品的解决方案式营销，实战、实用	有干货、真正操作过的才能写得出来
招招见销量的营销常识 刘文新 著	如何让每一个营销动作都直指销量	适合中小企业，看了就能用
我们的营销真案例 联纵智达研究院 著	五芳斋粽子从区域到全国/诺贝尔瓷砖门店销量提升/利豪家具出口转内销/汤臣倍健的营销模式	选择的案例都很有代表性，实在、实操！
中国营销战实录：令人拍案叫绝的营销真案例 联纵智达 著	51个案例，42家企业，38万字，18年，累计2000余人次参与……	最真实的营销案例，全是一线记录，开阔眼界
双剑破局：沈坤营销策划案案例集 沈坤 著	双剑公司多年来的精选案例解析集，阐述了项目策划中每一个营销策略的诞生过程，策划角度和方法	一线真实案例，与众不同的策划角度令人拍案叫绝、受益匪浅
宗：一位制造业企业家的思考 杨涛 著	1993年创业，引领企业平稳发展20多年，分享独到的心得体会	难得的一本老板分享经验的书
简单思考：AMT咨询创始人自述 孔祥云 著	著名咨询公司（AMT）的CEO创业历程中点点滴滴的经验与思考	每一位咨询人，每一位创业者和管理经营者，都值得一读
边干边学做老板 黄中强 著	创业20多年的老板，有经验、能写、又愿意分享，这样的书很少	处处共鸣，帮助中小企业老板少走弯路
三四线城市超市如何快速成长：解密甘雨亭 IBMG国际商业管理集团 著	国内外标杆企业的经验+本土实践量化数据+操作步骤、方法	通俗易懂，行业经验丰富，宝贵的行业量化数据，关键思路和步骤
中国首家未来超市：解密安徽乐城 IBMG国际商业管理集团 著	本书深入挖掘了安徽乐城超市的试验案例，为零售企业未来的发展提供了一条可借鉴之路	通俗易懂，行业经验丰富，宝贵的行业量化数据，关键思路和步骤

续表

互联网 +		
书名·作者	内容/特色	读者价值
互联网时代的银行转型 韩友诚 著	以大量案例形式为读者全面展示和分析了银行的互联网金融转型应对之道	结合本土银行转型发展案例的书籍
正在发生的转型升级·实践 本土管理实践与创新论坛 著	企业在快速变革期所展现出的管理变革新成果、新方法、新案例	重点突出对于未来企业管理相关领域的趋势研判
触发需求:互联网新营销样本·水产 何足奇 著	传统产业都在苦闷中挣扎前行,本书通过鲜活的案例告诉你如何以需求链整合供应链,从而把大家熟知的传统行业打碎了重构、重做一遍	全是干货,值得细读学习,并且作者的理论已经经过了他亲自操刀的实践检验,效果惊人,就在书中全景展示
移动互联新玩法:未来商业的格局和趋势 史贤龙 著	传统产业、电商、移动互联网,三个世界并存,这种新格局的玩法一定要懂	看清热点的本质,把握行业先机,一本书搞定移动互联网
微商生意经:真实再现33个成功案例操作全程 伏泓霖 罗晓慧 著	本书为33个真实案例,分享案例主人公在做微商过程中的经验教训	案例真实,有借鉴意义
阿里巴巴实战运营——14招玩转诚信通 聂志新 著	本书主要介绍阿里巴巴诚信通的十四个基本推广操作,从而帮助使用诚信通的用户及企业更好地提升业绩	基本操作,很多可以边学边用,简单易学
今后这样做品牌:移动互联网时代的品牌营销策略 蒋军 著	与移动互联网紧密结合,告诉你老方法还能不能用,新方法怎么用	今后这样做品牌就对了
互联网+“变”与“不变”:本土管理实践与创新论坛集萃·2016 本土管理实践与创新论坛 著	本土管理领域正在产生自己独特的理论和模式,尤其在移动互联网时代,有很多新课题需要本土专家们一起研究	帮助读者拓宽眼界、突破思维
创造增量市场:传统企业互联网转型之道 刘红明 著	传统企业需要用互联网思维去创造增量,而不是用电子商务去转移传统业务的存量	教你怎么在“互联网+”的海洋中创造实实在在的增量
重生战略:移动互联网和大数据时代的转型法则 沈拓 著	在移动互联网和大数据时代,传统企业转型如同生命体打算与再造,称之为“重生战略”	帮助企业认清移动互联网环境下的变化和应对之道
画出公司的互联网进化路线图:用互联网思维重塑产品、客户和价值 李蓓 著	18个问题帮助企业一步步梳理出互联网转型思路	思路清晰、案例丰富,非常有启发性
7个转变,让公司3年胜出 李蓓 著	消费者主权时代,企业该怎么办	这就是互联网思维,老板有能这样想,肯定倒不了
跳出同质思维,从跟随到领先 郭剑 著	66个精彩案例剖析,帮助老板突破行业长期思维惯性	做企业竟然有这么多玩法,开眼界

续表

行业类:零售、白酒、食品/快消品、农业、医药、建材家居等		
书名·作者	内容/特色	读者价值
零售·超市·餐饮·服装	<p>1. 总部有多强大,门店就能走多远</p> <p>2. 超市卖场定价策略与品类管理</p> <p>3. 连锁零售企业招聘与培训破解之道</p> <p>4. 中国首家未来超市:解密安徽乐城</p> <p>5. 三四线城市超市如何快速成长:解密甘雨亭</p> <p>IBMG 国际商业管理集团 著</p>	<p>国内外标杆企业的经验 + 本土实践量化数据 + 操作步骤、方法</p> <p>通俗易懂,行业经验丰富,宝贵的行业量化数据,关键思路和步骤</p>
	涨价也能卖到翻 村松达夫 【日】	<p>提升客单价的 15 种实用、有效的方法</p> <p>日本企业在这方面非常值得学习和借鉴</p>
	移动互联网下的超市升级 联商网专栏频道 著	<p>深度解析超市转型升级重点</p> <p>帮助零售企业把握全局、看清方向</p>
	手把手教你做专业督导: 专卖店、连锁店 熊亚柱 著	<p>从督导的职能、作用,在工作中需要的专业技能、方法,都提供了详细的解读和训练办法,同时附有大量的表单工具</p> <p>无论是店铺需要统一培训,还是个人想成为优秀的督导,有这一本就够了</p>
	百货零售全渠道营销 策略 陈继展 著	<p>没有照本宣科、说教式的絮叨,只有笔者对行业的认知与理解,庖丁解牛式的逐项解析、展开</p> <p>通俗易懂,花极少的时间快速掌握该领域的知识及趋势</p>
	零售:把客流变成购买力 丁昀 著	<p>如何通过不断升级产品和体验式服务来经营客流</p> <p>如何进行体验营销,国外的好经营,这方面有启发</p>
	餐饮企业经营策略第一书 吴坚 著	<p>分别从产品、顾客、市场、盈利模式等几个方面,对现阶段餐饮企业的发展提出策略和思路</p> <p>第一本专业的、高端的餐饮企业经营指导书</p>
	电影院的下一个黄金十年: 开发·差异化·案例 李保焜 著	<p>对目前电影院市场存大的问题及如何解决进行了探讨与解读</p> <p>多角度了解电影院运营方式及代表性案例</p>
	赚不赚钱靠店长:从懂 管理到会经营 孙彩军 著	<p>通过生动的案例来进行剖析,注重门店管理细节方面的能力提升</p> <p>帮助终端门店店长在管理门店的过程中实现经营思路的拓展与突破</p>
耐消品	汽车配件这样卖:汽车 后市场销售秘诀 100 条 俞士耀 著	<p>汽配销售业务员必读,手把手教授最实用的方法,轻松得来好业绩</p> <p>快速上岗,专业实效,业绩无忧</p>
	跟行业老手学经销商开 发与管理:家电、耐消 品、建材家居 黄润霖 著	<p>全部来源于经销商管理的一线问题,作者用丰富的经验将每一个问题落实到最便捷快速的操作方法上去</p> <p>书中每一个问题都是普通营销人亲口提出的,这些问题你也会遇到,作者进行的解答则精彩实用</p>
白酒	白酒到底如何卖 赵海永 著	<p>以市场实战为主,多层次、全方位、多角度地阐释了白酒一线市场操作的最新模式和方法,接地气</p> <p>实操性强,37 个方法、6 大案例帮你成功卖酒</p>
	变局下的白酒企业重构 杨永华 著	<p>帮助白酒企业从产业视角看清趋势,找准位置,实现弯道超车的书</p> <p>行业内企业要减少 90%,自己在什么位置,怎么做,都清楚了</p>

续表

白酒	1. 白酒营销的第一本书(升级版) 2. 白酒经销商的第一本书 唐江华 著	华泽集团湖南开口笑公司品牌部长,擅长酒类新品推广、新市场拓展	扎根一线,实战
	区域型白酒企业营销必胜法则 朱志明 著	为区域型白酒企业提供35条必胜法则,在竞争中赢销的葵花宝典	丰富的一线经验和深厚积累,实操实用
	10步成功运作白酒区域市场 朱志明 著	白酒区域操盘者必备,掌握区域市场运作的战略、战术、兵法	在区域市场的攻伐防守中运筹帷幄,立于不败之地
	酒业转型大时代:微酒精选2014-2015 微酒 主编	本书分为五个部分:当年大事件、那些酒业营销工具、微酒独立策划、业内大调查和十大经典案例	了解行业新动态、新观点,学习营销方法
快消品·食品	5小时读懂快消品营销:中国快消品案例观察 陈海超 著	多年营销经验的一线老手把案例掰开了、揉碎了,从中得出的各种手段和方法给读者以帮助和启发	营销那些事儿的个中秘辛,求人还不一定告诉你,这本书里就有
	快消品招商的第一本书:从入门到精通 刘雷 著	深入浅出,不说废话,有工具方法,通俗易懂	让零基础的招商新人快速学习书中最实用的招商技能,成长为骨干人才
	乳业营销第一书 侯军伟 著	对区域乳品企业生存发展关键性问题的梳理	唯一的区域乳业营销书,区域乳品企业一定要看
	食用油营销第一书 余盛 著	10多年油脂企业工作经验,从行业到具体实操	食用油行业第一书,当之无愧
	中国茶叶营销第一书 柏龔 著	如何跳出茶行业“大文化小产业”的困境,作者给出了自己的观察和思考	不是传统做茶的思路,而是现在商业做茶的思路
	调味品营销第一书 陈小龙 著	国内唯一一本调味品营销的书	唯一的调味品营销的书,调味品的从业者一定要看
	快消品营销人的第一本书:从入门到精通 刘雷 伯建新 著	快消行业必读书,从入门到专业	深入细致,易学易懂
	变局下的快消品营销实战策略 杨永华 著	通胀了,成本增加,如何从被动应战变成主动的“系统战”	作者对快消品行业非常熟悉、非常实战
	快消品经销商如何快速做大 杨永华 著	本书完全从实战的角度,评述现象,解析误区,揭示原理,传授方法	为转型期的经销商提供了解决思路,指出了发展方向
	一位销售经理的工作心得 蒋军 著	一线营销管理人员想提升业绩却无从下手时,可以看看这本书	一线的真实感悟
	快消品营销:一位销售经理的工作心得2 蒋军 著	快消品、食品饮料营销的经验之谈,重点图书	来源与实战的精华总结
	快消品营销与渠道管理 谭长春 著	将快消品标杆企业渠道管理的经验和方法分享出来	可口可乐、华润的一些具体的渠道管理经验,实战
	成为优秀的快消品区域经理(升级版) 伯建新 著	用“怎么办”分析区域经理的工作关键点,增加30%全新内容,更贴近环境变化	可以作为区域经理的“速成催化器”
	销售轨迹:一位快消品营销总监的拼搏之路 秦国伟 著	本书讲述了一个普通销售员打拼成为跨国企业营销总监的真实奋斗历程	激励人心,给广大销售员以力量和鼓舞



续表

快消品·食品	快消老手都在这样做： 区域经理操盘锦囊 方刚 著	非常接地气，全是多年沉淀下来的干货，丰富的一线经验和实操方法不可多得	在市场摸爬滚打的“老油条”，那些独家绝招妙招一般你问都是问不来的
	动销四维：全程辅导与 新品上市 高继中 著	从产品、渠道、促销和新品上市详细讲解提高动销的具体方法，总结作者 18 年的快消品行业经验，方法实操	内容全面系统，方法实操
农业	新农资如何换道超车 刘祖轲 等著	从农业产业化、互联网转型、行业营销与经营突破四个方面阐述如何让农资企业占领先机、提前布局	南方略专家告诉你如何应对资源浪费、生产效率低下、产能严重过剩、价格与价值严重扭曲等
	中国牧场管理实战：畜牧 业、乳业必读 黄剑黎 著	本书不仅提供了来自一线的实际经验，还收入了丰富的工具文档与表单	填补空白的行业必读作品
	中小农业企业品牌战法 韩旭 著	将中小农业企业品牌建设的方法，从理论讲到实践，具有指导性	全面把握品牌规划，传播推广，落地执行的具体措施
	农资营销实战全指导 张博 著	农资如何向“深度营销”转型，从理论到实践进行系统剖析，经验资深	朴实、使用！不可多得的农资营销实战指导
	农产品营销第一书 胡浪球 著	从农业企业战略到市场开拓、营销、品牌、模式等	来源于实践中的思考，有启发
	变局下的农牧企业 9 大 成长策略 彭志雄 著	食品安全、纵向延伸、横向联合、品牌建设……	唯一的农牧企业经营实操的书，农牧企业一定要看
医药	在中国，医药营销这样做： 时代方略精选文集 段继东 主编	专注于医药营销咨询 15 年，将医药营销方法的精华文章合编，深入全面	可谓医药营销领域的顶尖著作，医药界读者的必读书
	医药新营销：制药企业、 医药商业企业营销模式 转型 史立臣 著	医药生产企业和商业企业在新环境下如何做营销？老方法还有没有用？如何寻找新方法？新方法怎么用？本书给你答案	内容非常现实接地气，踏实谈问题说方法
	医药企业转型升级战略 史立臣 著	药企转型升级有 5 大途径，并给出落地步骤及风险控制方法	实操性强，有作者个人经验总结及分析
	新医改下的医药营销与 团队管理 史立臣 著	探讨新医改对医药行业的系列影响和医药团队管理	帮理清思路，有一个框架
	医药营销与处方药学术 推广 马宝琳 著	如何用医学策划把“平民产品”变成“明星产品”	有真货、讲真话的作者，堪称处方药营销的经典！
	新医改了，药店就要这样 开 尚锋 著	药店经营、管理、营销全攻略	有很强的实战性和可操作性
	电商来了，实体药店如何 突围 尚锋 著	电商崛起，药店该如何突围？本书从促销、会员服务、专业性、客单价等多重角度给出了指导方向	实战攻略，拿来就能用
	OTC 医药代表药店销售 36 计 鄢圣安 著	以《三十六计》为线，写 OTC 医药代表向药店销售的一些技巧与策略	案例丰富，生动真实，实操性强