

营销心法

商业思想

抢占市场份额持续倍增业绩的赢家秘诀

著名商业思想家周韦廷先生，经过十余年商业锤炼，历时9个月精心创作，教你构建首屈一指的品牌影响力，创造持续增长的营销业绩！

周韦廷
◎ 著

中国书籍出版社
CHINA BOOK PUBLISHING

营销心法

抢占市场份额持续倍增业绩的赢家秘诀

周韦廷◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

营销心法 / 周韦廷著. —北京: 中国书籍出版社, 2016. 1

ISBN 978-7-5068-5214-2

I. ①营… II. ①周… III. ①市场营销学

IV. ①F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第248479号

营销心法

周韦廷 著

策划编辑 安玉霞

责任编辑 叶心忆

责任印制 孙马飞 马 芝

版式设计 中尚图

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 chinabp@vip.sina.com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京墨阁印刷有限公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数 308 千字

印 张 20.5

版 次 2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-5214-2

定 价 69.00 元

版权所有 翻印必究

忠告提醒

如果你是一家公司的总经理、一位营销总监、一位电商从业者、某个项目的经营者以及但凡靠营销来赚取业绩的生意人；

如果你坚信你的产品确实对人有帮助，却因为日益激烈的行业竞争，而不知道如何大面积地赢得市场的关注度；

如果你费尽心思寻找了各种销售策略，却依然难以让更多消费者接受你和你的产品，从而导致你的业绩一直徘徊不前；

那么，请你一定不要错过你眼前正在看的《营销心法》这本书！

因为本书将从根本上帮助你破除营销的重重迷雾，发现市场的种种潜力，打通成交的层层关卡，切实可行地帮助你找到一条“抢占市场领先地位、实现业绩持续倍增”的核心线索！

它是被实践证明行之有效而且经久不衰的方法论，因为它已经在中国传统商场上尤其在中国电商界创造了无数个营销奇迹！

如果你打算走马观花、漫不经心地掠过本书，那么你掠过的不仅仅是里面的精彩内容，而是会让你相见恨晚的智慧宝典；

如果你决定从此刻开始认真翻开本书，逐字逐句地咀嚼全书内容三遍以上，你一定会欣然发现：营销会变得越来越容易，成交会变得越来越高效，赚钱也势必会变得越来越轻松，甚至会远远超乎你的想象……

1. 《营销心法》到底是一本什么样的书？

《营销心法》，是国内第一本深度揭秘领袖级思维模式和实干家方法论的制胜营销秘籍，由著名商业思想家周韦廷先生，经过十余年的商业思想锤炼，精心创作而成。

作者将通过本书，破除市场上普遍存在的空泛、抽象及混乱不堪的旧态碎片营销理念，转而以“直击商业顶层思维、紧扣消费决策流程、力求简单

明了实用”为核心原则，从市场战略的确立到购买心理的破译，从根源到枝节、从战略到战术、从理念到实战，深入浅出、一步一步地帮助中国数千万创业家构建首屈一指的品牌印象，造就人人抢购的销售风暴，打造持续盈利的营销模式。

无论您是做实体营销，还是做互联网营销，本书都将会切实地帮助你获得显著的业绩增长力，获得大幅度的品牌提升力、影响力与号召力，哪怕，你只是个人品牌，也将会把自己的营销功力拉到一个不可思议的高度！

2. 《营销心法》解答了什么营销难题？

第一部分：如何让市场记住你

如何为你的产品打造一个绝妙的好名字，让人一听就想买？

如何迅速在消费者的心中建立“第一品牌”的绝对领导地位？

如何为你的公司创建一个非同凡响的营销纲领，持续拉动人心？

如何颠覆广告认知误区从而创建一条能真正获得市场销量的超级广告语？

第二部分：如何让顾客想要你

如何带动万千消费者产生自发的消费跟随效应？

如何洞察最深层次的购买真相？

如何通过潜在沟通迅速拉近彼此之间的距离？

如何即刻找到激发顾客购买兴趣的启动按钮？

第三部分：如何让顾客接受你

如何在一分钟内在顾客承认你是一个值得信任的人？

如何在转瞬间斩断消费者购买的后顾之忧？

如何迅速破除显著的购买抵触？

第四部分：如何让顾客购买你

如何找到触发成交的营销导火线？

如何迅速铲除消费者的行动惰性？

如何创建趋之若鹜的群体行动态势？

如何创建领袖级的权威指令引导人们立刻产生行动？

作者简介

周韦廷，中国著名的商业思想家

道中道文化发展有限公司创始人

道中道商业思想体系总架构者

知名中小企业商业导师

中国商业界第一权威媒体《销售与管理》

专家作者

中国营销界第一权威媒体《营销兵法》

特约作者



一直以传播原创商业思想、提升老板全局思维、倍增企业经营成效为己任，躬耕于浩瀚的商业世界，为中国创业家照明。其思想穿透要害，观点鲜明通透，语言通俗易懂。

经过十余年企业讲学与商业咨询的锤炼，他独创了中国第一套融合了领袖级思维模式与实干家方法论的商业思想体系——道中道思想，因其“直击商业本质、直通思维脉络、直给实战剑法”的理念特色，帮助中国数十万名创业家获得了人生与事业的巨变，直接或间接地帮助中国创业家催生了过十亿的经济效益，并因此受到中国经济网、中国网人物视窗、21 财经、网易新闻等 50 多家网络媒体的相继报道以及众多企业家学员的大力赞许。

2009 年，他首次开创性地提出并构建了“攻心营销”的理念，一时间在互联网和营销界掀起轩然大波，并引起了无数的概念跟风者，无数的电子商务创业家因为践行“攻心营销”的指导理念，从而给自己带来了迅猛增长的成交效率和巨额的利润。

2011年，他投身于商业策划和商业咨询领域，短短五六年间，他一共为200多家企业做过内训，为50多家企业做过咨询与策划案，并相继获得了显著的成效和客户口碑。其中包括成都商报、博瑞集团、朵唯女性手机、广告圈、激动网、成都锐佳科技、创业邦、折本网、长沙普瑞纳、六个核桃、成都标信塑料、绿瘦、双语不用教、魔茶贴、青钱柳降糖茶、电影《危险关系》等。

2014年，创立道中道文化发展有限公司，致力于以传播商业思想、提升老板全局思维、倍增公司经营成效、推动企业持续发展为己任，服务于中小民营企业，并立足于商业世界全局观，独创了一整套用来帮助创业家解决一切商业问题的核心思想武器——《道中道商业剑谱》。

2015年，由周韦廷先生原创撰写的商业经典文章《痛点、痒点、卖点到底是什么？一篇文章全搞清楚》以及《十亿销售广告语真经》一时间风行移动互联网江湖，仅10天之内，被超过1000家大大小小的微信公众号平台争相转发，其中包括“营销兵法”、“互联网思维”、“销售与管理”等粉丝量过80万的超级媒体作为头条新闻转发，总阅读量超过100万人次……

未来，他将致力于更广泛地普及道中道思想，造福更多需要帮助的中国创业家！

读者好评

星火营销创办人、喃啵唛品牌策划机构营销总监 刘海洋

周老师的《营销心法》这本书写得太棒了，非常有条理，有系统，实为不可多得的一本营销工具书。他给我公司提供了一套非常有效的解决方案，也让我的思路变得越来越清晰，让我们的经营方式变得越来越明确。

互联网视频营销第一人 唐旭

周韦廷老师帮助过很多的传统企业和互联网创业者。《营销心法》一书里面讲解了大量的实操案例，无论是对个人还是企业，都有很高的借鉴价值！

河北宁致网络科技有限公司总经理 侯宁波

《营销心法》当中的理念非常简单、系统，具有实战操作意义，我仅仅是按书中的理念，把我网站的首页进行了一些修改和调整，我网站的客户咨询率就提升了两倍还要多一点，利润了也同时翻了两倍。

深圳巡洋国际物流有限公司总经理 张雄飞

周韦廷老师是我在营销里面见过的最有吸引力，最有战略高度的一位老师，他那本《营销心法》，我看了不下五遍，采用了周老师的方法之后，使我们的业绩提升不少。

格力集团家电部产品策划总监 罗伟

《营销心法》这本书非常难得，把营销的很多本质都讲穿了，很多总裁花数万元去上什么培训班，还不如花少量投资来读懂周老师的《营销心法》这本书！

成都大浪淘沙网络科技有限公司总经理、2013 年电商营销创新论坛十佳

金牌得主 龙剑秋

在周老师的帮助下，我店铺的日销售额从一年前的 2000 元飙升到了现在的 1.5 万。如果没有他的指点和帮助，我对营销这一块的了解根本就是一片空白，更不知道如何从营销上来提升店铺业绩了。周老师的思想，不仅仅是帮助我的项目业绩得到了提升，而且让我这一生都受用无穷。

成都标信塑料有限公司总经理 唐际超

周老师重新对我们公司进行了产品定位，找到差异化，塑造品牌卖点，以及一系列的营销运作指导，使我们公司在百度、阿里巴巴、360 上的业务询盘量得到了立竿见影地提升，在短短三个月的时间之内，让我们公司的月营业额从十万增加到二十五万。在此特别感谢周老师对我公司的巨大帮助。

成都锐佳科技有限公司总经理 杨成刚

在我的印象当中，周韦廷老师是一个很有思想厚度的专家，他能破译很多商业上的奥秘，尤其在营销方面更为突出，他能给出一系列行之有效的执行方针和一套运营系统。

互联网竞价营销第一品牌——广告圈创始人 胡崇光

在网络营销策划这个大领域当中，周总是我接触过的最有实战能力的一位老师。无论是从他的思维模式，还是他的表达能力来看，都称得上一位顶尖人物。

安徽易洁商贸有限公司董事长 余中

之前听了无数的培训课程也看了无数本书，但在产品的打造与营销系统的疏通方面，他们却从未像周老师这样讲得如此明了。

云南掘贝网络科技有限公司总经理 吕荣荣

周老师的商业思想就是我们的智慧引擎，他不仅授人以鱼，更授之以渔，传授的不仅仅是知识本身，更是关于知识的知识，让我们真正能触摸到更深层次的核心智慧，教我们生发智慧的智慧。在这里，要再一次谢谢周老师。

先知先觉

扫清眼下雾，解开心中结

亲爱的朋友：

我是周韦廷，我真的特别为你感到庆幸，甚至很忌妒你！

从你打开这本特别机密的营销秘籍开始，然后深入细致地品读完之后，我完全可以确定，你将因此次做出购买本书的重要决定而产生一个革命性的突破！

具体来说，就是：成交效果的迅速增长，企业利润的持久提升，个人营销功力将到达一个顶峰，以及你所设定的许多期望都将得到满足，甚至会得到超越。

还有更惊人的突破：随着你逐字逐句地品味下面的文字，你会越来越感受到那些闻所未闻的营销智慧在随时刷新着你的认知，随时洗礼着你的思维！

无论是对于电子商务还是传统营销，这种突破性的变化都将是立竿见影的！

想必，这对眼下的你，是极为渴望的！

因为，我非常理解你，理解你的现状：可能一直以来，都有一块心病让你挥之不去……有时候，当你独自一人安静地坐在办公椅上，一定会有所思：为什么产品销量老是无法突破？为什么无数公司一会儿有利润，一会儿没利润？到底如何才能源源不断地获得销量？如何才能生生不息地推动公司的长足发展？

是时候让自己觉醒了，否则，你依然还会是原地踏步，茫茫然不知道去向，甚至都不知道如何开始！你必须清醒地明白：时代已经变了，过去商业形态几乎就是以斩钉截铁的直接需求来作为消费者的购买决策，如，从前卖大米的米商，顾客看到大米质量靠谱，并且店家服务还行，那就一个字：买！

因为那时候消费者没有太多的选择权。

现在是信息资讯泛滥的时代，转眼三五年之间的局势，如同沧海桑田，当别人仅仅用一个简单的销售网站以及几条文字广告，就能吸引成批的客户蜂拥而至，从而为公司创造大量的绩效时，而你却还在原地踏步。你知道，那已经不是温水煮青蛙，而是冷水煮青蛙——难熟！

当然，这并不是你一个人的问题！事实上，全中国无数的中小企业老板、总裁以及营销总监都和你一样，在营销的路上探寻，迷惘，挣扎。很显然，营销已然成为绝大部分企业总裁当下的一块难以愈合的心病！

他们一直在寻寻觅觅，上下求索，好似戊戌变法时期的康有为、梁启超一样，寻找着“救企图存”的解决方案，因为他们已经深深地明白一个道理：营销绝不仅是推广这么简单，成交也不是广告出去，就会不断地创收现金流。

但非常遗憾的是，到今天为止，事实已经告诉我：95%的老板都还在当今时代的商海中继续求索挣扎，得过且过，你知我知，那是一种无奈，更是纠心！

换句话说，能找到这种从根源上提升营销效果的解决方案的人，不超过5%。而这不超过5%的企业家在新的时代已然开创了一个新的变局：从当初的沧海一粟，到立足商海，再到风生水起；从成交一个产品，到成交一个产业；从扫庭院开始，到扫出了一片天下！

你可曾知道，全友家居、奥康皮鞋、杰克琼斯、韩都衣舍、骆驼皮鞋、相宜本草等诸多企业已在互联网上扎根，短短几年之内销售额数亿！

为什么这些品牌在网络商城能斩获如此惊人的成果，以至于它们能长期成为电子商务的销量领袖品牌？

为什么脑白金、王老吉、香飘飘、农夫山泉等实体品牌敢在浩瀚无边的商场上年复一年的重复同一条广告语？为什么这些广告语能持续不断地拉动巨大的销售份额，并使得这些品牌在市场上长期屹立不倒，以至于这些品牌能持续成为实体商场中的销量领先品牌？

为什么有些人只要一开口讲话，就能瞬间吸引无数人的跟随？甚至有些

人离世千百年后，他在有生之年所宣扬的口号还能影响无数人，以至于这些人能成为各行各业的超级领袖人物？

领袖，到底依靠什么核心力量来赢得如此强大的营销效果？

是不是单靠勤奋？

是不是依靠其个人的人品？

是不是只靠产品品质？

真正的领袖品牌以及领袖人物要在营销上获得成功，绝不仅仅取决于这些答案！

领袖之所以能释放出强大的营销效力，其首要的原因是懂得运用心法的力量，具体一点，这种力量就叫做——营销心法！

那么，到底什么叫做营销心法？

简单说，用来斩获人心释放智慧的语言就叫营销心法！进一步说，凡是用心法所表达出来的语言具备强大的营销能量，强大到可以吸引人心、降伏人心甚至掌控人心！

人类沟通的重要路径，那就是语言。任何品牌要想吸引消费者，也必须依靠语言的表现力来得以诠释。因此，心法最直观的体现就是语言的表达力！

换句话说，任何东西如果不能用语言表达出来，都很难轻易影响人，或者说，在众人的眼中，它也许就根本不存在。因为它没有办法让人理解，所以就没有办法传递下去。

要获得领袖般的影响力、降伏力、成交力与成就感，必须要懂得利用强大的语言表达力，而不是独自一人勤勤恳恳、含辛茹苦、任劳任怨，只懂得用行动去达成自己的目标，这是绝大多数人一生都在顽固坚守的误区！

所以，在茫茫大千世界，劳模总比领袖多，穷人总比富人多，小老板总比大老板艰难，懂得用语言包装的产品总比那些不懂得用语言来包装的产品

要畅销得多！（在产品品质不受市场怀疑的前提下。）

全世界各行各业的领袖人物之所以能成为领袖，无一不是靠心法影响人，再靠心法持续不断地聚拢人心，这些心法最终都必须用语言呈现出来，才能引发公众产生共鸣，引导广大消费者产生迷恋。

又如，商业领袖马云在被问到靠什么得以成就互联网商业王国时，马云只是持续不断地用语言传达了一个宗旨：“让天下没有难做的生意！”毫不夸张地说，马云在任何场合即使忘了喝水也不会忘了讲这句话，成千上万的中小企业之所以会被阿里巴巴所吸引，一开始，无非只是冲着这句话去的。这句话即是阿里巴巴征服浩瀚市场的营销心法。

再如，品牌领袖王老吉说了什么得以赢得数亿消费者？“怕上火就喝王老吉”，由这七个字所组成的语言就像紧箍咒一样牢牢地锁定了消费者的注意力，显而易见的事实是，绝大部分人只要在就餐时一想到要喝饮料，无外乎就是王老吉，想忘也忘不掉！

当然，我在这里只是从大的方面来举例说明语言表达力的强大意义，因为这些都是你熟知的声音。但你不知道的是，这些语言背后的生成玄机。在本书中，我不仅会为你破解这些心法背后的生成来源和生成奥秘，更重要的是，我会让你彻底明白生成营销心法的一整套系统而强大的思维体系，更会让你学会如何运用心法的具体操作路径与详细的表现手法。

当你掌握了这些语言表达力的智慧奥秘与使用路径后，你根本不需要羡慕、忌妒那些大品牌与大公司，你甚至会超越那些大公司在初创时的进展成果，因为我会教你一套完整的语言表达体系，从而让你从全方位角度表达得更具体、更详尽、更完善，旨在让你从各个层面来获得顾客，获得人心，而不仅仅只是一两句话的事情。

别人有别人的语言表达方式，你也可以学习生成专属于你的表达方式，不管你的企业规模有多小，哪怕只有两个人，哪怕只是一个刚刚启动的淘宝商城，你都能产生立竿见影的效果，并且还能将成交效果持续！

所以说，买卖没有成交，最直接的原因就是你不懂得语言表达！不会传

递想法，不会表达观点，不会“成交式”沟通！如果以战略角度来说，就是你没有有效地向市场描绘并传达出你产业的灵魂和血肉！

同样的产品，仅仅换一条广告词，其吸引力就极有可能飙升，成交率立刻提升，假如今天史玉柱把脑白金的广告词改了，还能如从前一样畅销吗？我确定不能！事实就是他十四年没有改！加多宝和王老吉的生死交锋，无非就是为了在消费者的心中抢那句话！

正因为有语言表达的心结，无数“传统型”总裁难以走出两大核心误区。

误区一：桃李不言，下自成蹊，坐等消费者表明态度！

坦白地说，我真的很难想象，如今还有无数人仍相信“桃李不言，下自成蹊”以及“心照不宣”的话，显得自己格外有修养，有涵养。

在我看来，“心照不宣”这样的词显然还停留在形容过去封建时代的儒雅小生和小家碧玉的朦胧恋爱时代，明明是情投意合，双方却都不表达出来。而在今天湖南卫视的《我们约会吧》相亲平台上，哪怕你貌似潘安，如若你不懂得如何表达的话，恐怕也很难有优质的女嘉宾为你留灯，她们顶多也只是在第一时间怦然心动一下。因为台下的女嘉宾，就等你开口说话。情况往往是，你长得越英俊，她们对你的语言表达能力就有更高的要求 and 期待。

在当下竞争激烈的营销时代，我想，这个成语在商业营销领域应该堂而皇之地改成“心照就宣”！

无论是“桃李不言”还是“心照不宣”，这些封建式的观念，都是自己把自己前途封杀的毒药，把业绩埋葬的鬼话！事实证明也是如此。

这些人，我给了一个定义，叫做“走不出去的儒商”。而事实证明，“走不出去的儒商”在竞争激烈的市场经济时代，尤其是互联网时代，其命运会比较凄惨，因为这是一个靠营销表现才能立足、靠语言表达才能引路的市场时代！

敢问，你见过品质非常过硬的产品，却一直在市场上挣扎，感受不到阳光和雨露的温情回报吗？有时候你心里憋得慌，抱怨消费者怎么不识货呢？

不是他不识，是你没有向他表明，他怎么可能识？

你是否见过，事实上没有什么切实价值的产品却畅销全中国，还“久负盛名”？脑白金，可口可乐，百事可乐……谁能告诉我，这等产品有多么地保健？尤其是更容易扩张的互联网产品，例如某某减肥产品，服装类产品，你都还没来得及验证品质，就迫不及待地“拍”了，结果穿几天就坏了，问一问自己，你是如何判断和决定的？当时是什么让你产生了购买的冲动？

当然，我说的营销心法的力量，必须是在产品品质与服务跟上的前提下进行，这是商业之根本，否则你终将被消费者所颠覆！

道可道，非常道，非常道必须遵循人道。

你现在必须要明白的是，任何产品在使用前都不会说话，产品要富有生命，饱含生机，都是人赋予的，靠人用心法语言所赋予的！消费者想知道的，以及他自己也不能明确表达的潜在渴求，都必须靠语言来激发。

在当下这个时代，谁再一味地相信“桃李不言，下自成蹊”就能将一个产品推向市场，就能让一个产业崛起，那就是痴人说梦，存在于王子与公主的童话中！

我斩钉截铁地确定一件事：不管时代如何变迁，社会如何腾飞，只要有竞争存在，哪怕是一家竞争者，你想要别人跟你产生联系，跟你的产品产生联系，跟你的产业产生联系，都必须用语言来兑现、来落地，然后继续靠语言表现来让这种关系生根发芽到生生不息！

总而言之，在产品品质过硬，以及服务优质的前提下，各位企业家朋友们，请开口为你的产品说话，为你的产品表达顾客的心声吧！

误区二：文人营销，情何以堪？

表达是为了让语句优雅，是为了内容精彩吗？

表达是为了让人成交，为了让人行动！

你会发现，有些人看起来能说会道，表达出来的语言优美顺畅，但通常只能获得掌声的赞许，但最终无法将成交兑现；有些诗情画意的广告，看

起来似乎很容易吸引人的眼球，但很难打开顾客的钱包。这些失败的终极原因就是没有表达出触动人们产生购买欲望的语言，这些就是一般文人的表达风格！

人的天性，消费者的渴求与内心诉求，倘若这个根本点没有触摸到，纵使学富五车，也施展不出营销心法的实际杀伤力。正如武林江湖上的剑客一样，如果没有内功心法，自然使不出置人于死地的招式，营销大师和普通文艺人的根本差别也在于此！

要记住一点：不管表达出来的语言多么力透纸背，最终都比不了力透人心。因此，营销心法要得以生成，除了要有语言表达这个最直观的体现之外，还必须能反映出洞察人性的核心要旨，谁要想释放出强大的营销心法，他必须对人性的了如指掌，洞察见底！如果不具备人性洞察力，任何语言表达都只是徒有其表，苍白无力，不具备生根落地的营销杀伤力！

也就是说，语言表达力必须与人性洞察力紧密配合，才能构成营销心法的全部。人性洞察力是内核，语言表达力是体现。这两大力量的里应外合，才能将成交效果发挥到极致！

人性到底是什么？人性和人心到底有着什么样的连理关系？如何通过对人性的洞察来牵引和拉动人心？

不可否认，在当下的市场营销界，无数的营销专家和心理专家也在谈人性，以至于一大批的客户、学员和跟随者开口闭口都在提人性。但非常遗憾的是，几乎所有人都只是泛泛而谈，只能点到为止，不能让你从实际行动上贯彻下去。

问题在哪呢？

问题就在于，大家都没有找到一个系统的使用路径和具体的操作法门，让人性的力量在营销的实施上得以全面而有力地展现。不管什么力量，如果不能具体而实效地使用出来，不能淋漓尽致地发挥出来，对任何人来讲，那无疑只是镜中花，水中月，看得见却摸不着！

在本书当中，我将会系统而彻底地从人性本源出发，追寻笼络人心的终极智慧，破解生成吸引的根本玄机，揭开产生购买的绝对真相！

具体来说，你将能恍然明白：人们真正能够为之动容、动心、动情的要害在哪里。他们内心深处到底向往什么。顾客真正想要知道、想要明白、想要得到满足的是什么。当你明白这些后，他们就会心甘情愿地跟你产生联系，最后为你的产品和产业动容、动心、动情！

这就是营销心法的内核——人性洞察力！

与此同时，我会教你具体地表达语言的路径和方式，让你迅速学会：表达产业的战略高度，表达品牌的价值光环，表达产品的成交要素，表达信息的具有吸引力的细节，从而展现出个人的领袖魅力，让表达的能量在消费者的眼前迅速迸发出来，往顾客的心里扎根进去！

这就是营销心法的体现——语言表达力！

当你获得了这两股强大的力量，你就能释放出专属于你的营销心法，展现出迅速倍增的成交效果，持续不断地拉动市场销量份额，从成交一个产品到成交一个产业！

假以时日，你便可以成为能瞬间降伏万千人心、能实现巨额利润持续倍增的营销领袖！

这个，就是《营销心法》的序！

周韦廷

2014年9月执笔于上海陆家嘴