

YINGXIAOZHUGUANBIBEIQUANSHU

[全面·系统·实用]

东方智◎编著

营销主管 必备全书

YINGXIAOZHUGUANBIBEIQUANSHU

先进的营销理念 出色的营销创意
高效的营销管理

要想做一名称职的营销主管，
必须具有聪明的头脑、锐利的眼睛、灵敏的行动能力、
勤奋和能说会道的本领。

XianjinDeYingXiaoliNian

CHUSEDEYINGXIAOCHUANGYI

GaoXiaoDeYingXiaoGuanli

当代世界出版社

F274
124

YINGXIAOZHUGUAN
BIBEIQUANSHU

营销主管 必备全书

要想做一名称职的营销主管，
必须具有聪明的头脑、锐利的眼睛、
灵敏的行动能力、
勤奋和能说会道的本领。

东方智◎编著

XianJinDeYingXiaoliNian
CHUSEDEYINGXIAOCHUANGYI
GaoXiaoDeYingXiaoGuanLi

当代世界出版社

SA497/64

图书在版编目 (CIP) 数据

营销主管必备全书/东方智编著. —北京: 当代世界出版社, 2004.9

ISBN 7-80115-831-8

I. 营... II. 东... III. 企业管理: 销售管理—经验—世界 IV. F279.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 091585 号

编 著: 东方智

责任编辑: 张 勇

出版发行: 当代世界出版社

地 址: 北京市复兴路 4 号 (100860)

网 址: <http://www.worldpress.com.cn>

编务电话: (010) 83908400

发行电话: (010) 83908410 (传真)

(010) 83908408

(010) 83908409

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京市兆成印刷有限责任公司

开 本: 880 × 1230 毫米 1/32

印 张: 16

字 数: 400 千字

版 次: 2004 年 10 月第 1 版

印 次: 2004 年 10 月第 1 次

印 数: 1-10000

书 号: ISBN 7-80115-831-8/F·91

定 价: 29.80 元

先进的营销理念·出色的营销创意·高效的营销管理

本书汲取了中外著名企业营销主管的成功经验，

向您介绍多个方面可资借鉴的实招。

比如树立起先人一步的营销理念，精确地分析市场，

掌握赢得大市场的竞争策略，密切跟踪市场变化，

准确及时地把握信息，搞活营销渠道，

采取灵活的营销战术，出神入化的广告宣传策划等等。

本书能够让你在很短的时间里获得重大收获，

即便不能完全解决营销的各种难题，也能在多个方面给您以深刻的启迪。

营销主管 必备 全书

东方智 编著

YING XIAO ZHU GUAN
BI BEI QUAN SHU

当代世界出版社

前 言

有人说，要想做一名称职的营销主管，必须具有警犬一样的聪明的头脑、猫头鹰一样锐利的眼睛、兔子一样灵敏的行动能力、牛一样的勤奋和鹦鹉一样的能说会道。

如此之高的要求，绝非强人所难，而是营销主管必须具备的职业素质。

在企业的市场活动中，营销是最重要的一个环节。因为道理很简单，无论你所生产的产品是多么的好，多么的优良，但是如果缺少了与消费者接触的环节，即营销环节，产品就不可能被消费者所了解，更不会被消费者所购买，也就自然不会产生利润，再好的产品也不会自己跑到消费者手里。

由此可见，企业要想成功，最重要的一条就是，必须拥有出色的营销队伍。这支营销队伍要有先进的营销理念、优秀的人员结构、高效的营销渠道，同时还要有出色的营销策略。当然，最重要的，还要有一名兼具才华与胆识、敏锐务实的营销主管。只有这些因素组合在一起，才会有出色的营销业绩，企业才能在激烈的竞争中立于不败之地。

随着知识经济的到来，社会经济环境以及企业内部的变化也愈加快速，墨守成规的经营方式肯定要被淘汰。企业营销主管应具有发展的眼光，能预测变化趋势，及早做好准备，积极主动地采取措施适应变化。只有不断地学习，不断地创新，才能在瞬息

万变的社会竞争中抢占制高点，保持竞争优势。同时，他还应当精通营销管理中的“人学”，缔造出一支高效的营销队伍，并且在人际沟通方面驾轻就熟、游刃有余。

本书汲取了中外著名企业营销主管的成功经验，向您介绍多个方面可资借鉴的经验。比如树立起先人一步的营销理念，精确地分析市场，掌握赢得大市场的竞争策略，密切跟踪市场变化，准确及时地把握信息，搞活营销渠道，采取灵活的营销战术，出神入化的广告宣传策划等等。本书能够让您在很短的时间里获得重大收获，即便不能完全解决营销中的各种难题，也能在多个方面给您以深刻的启迪。

本书力求务实性、富于针对性和可操作性，内容深入浅出，通俗易懂。

不论您是有抱负的营销主管，还是已经具备了一定管理经验的营销人员或普通的企业员工，您都将从学习营销知识中得到好处。我们尤其要向营销基层管理人员推荐本书，您一定会从本书中找到您所急需的知识，并从中获益，从而为您的成功管理生涯垫上坚实的铺路石。

目 录

第一章 先人一步的营销理念

走出营销观念的误区	3
出色的营销使你站在成功之巅	5
营销要有战略眼光	8
营销的最终目的是赢得顾客	11
树立服务至上的理念	14
现代营销的三大趋势	17
如何开创大好的营销局面	20
如何克服营销近视症	23

第二章 如何跟踪市场变化

对市场变化有灵敏的反应	27
进行市场调研	29
制定出色的营销方案	31
了解竞争对手	34
寻找市场的空缺	37
预测市场销售量的四个方法	39

如何根据消费群进行营销	41
如何找到并识别目标市场	43
如何为实现营销目标而采取决策	44
如何避免错误决策	47

第三章 如何准确及时地把握信息

信息就是金钱	57
灵活地收集和开发信息	59
确保信息的真实准确	63
一定要找到信息的源头	66
公司经营一般需要哪些信息	69
怎样搜集竞争者的情报	72
现代营销主管如何广泛收集信息	73
向企业秘书人员“套”信息	77

第四章 如何搞活营销渠道

开发渠道优势	81
尽快建立自己的销售体系	83
找到真正的上帝	86
什么是分销渠道策略	88
影响选择分销渠道的因素有哪些	92
常见的几种销售渠道选择法	97
如何对销售渠道进行管理	100
争取公司客户	101
加盟连锁店具有哪些营销特色	104
金莎与屈臣氏巧妙结合	107

通过展会促进销售	110
成功参展的若干细节	112
电子商务与网络营销	115
网络营销的竞争焦点：留住访问者	119
最新的网站推广手段	121
前景看好的电子邮件营销	125

第五章 现代营销的成功战术

利用“名人效应”	131
百试不爽的“美人计”	133
产品营销艺术十法	137
寻找市场的冷门	140
制造热点就是制造市场	143
先予后取的营销艺术	145
商场联姻策略	149
勿忘厚利多销	155
危机营销理念	158
巧妙地在顾客心里占位	160

第六章 百战百胜的攻心策略

树立良好的公众形象	167
一边做生意，一边交朋友	171
先赚人心后赚钱	174
摸透顾客的消费心理	176
影响购买行为的五种个人要素	178
顾客的利益是你的行动指南	180

充分与顾客接触，向他们展示一切	183
用诚信增加对顾客的情感尊重	185
让推销过程充满人情味	190
与顾客达成推销交易的八种策略	192
优质的服务才能促进销售	194
欢迎顾客的抱怨	196
以德报怨，赢得顾客	200
舍为取之	203
追踪顾客满意度的方法	205

第七章 赢得大市场的竞争之道

怎样看待市场竞争	211
在争夺中寻找双赢	213
竞争就是抢占市场	218
找准自己的“生态位”	220
制定出类拔萃的营销计划	223
用好“价格”竞争策略	225
摸透市场，扩大营销	228
立竿见影的十四种竞争手段	234
怎样提高市场占有率	237
挑战竞争对手的战术	239

第八章 出色的广告与宣传策划

广告与宣传	245
重视广告与宣传	246
怎样选择广告战略	248

什么时候做广告和怎样做广告	251
怎样进行广告宣传设计	255
整合策划统领广告营销	257
如何让广告更有效力	260
如何利用新闻媒体	266
选择媒体宣传促销的学问	273
巧妙地利用样品	275
让小事为公司扬名	282
挑战强大对手让自己扬名	285
参加公益活动让公司扬名	288
在商言商, 以政扬名	290
树立企业形象的三个步骤	293

第九章 左右逢源的公关操作

建立良好的客户关系	299
提着猪头找庙门	301
商业企业公关操作要点	303
企业与客户应当怎样相处	305
如何进行得体的商业交往	310
企业公关送礼的技巧	315
企业设宴和赴宴的诀窍	317
如何处好与新闻媒体的关系	321
如何与新闻媒介打交道	322
学会左右新闻报道	326
怎样接受电视采访	328
怎样组织记者招待会	329

第十章 如何创建高效的营销队伍

合格销售人员应具备的素质	333
促销人员的选聘与培训	336
营销者应当具备四类知识	337
促销人员的配置方式	340
如何进行销售管理评估	341
及时发现存在问题	343
如何与销售队伍共事	345
如何赢得销售人员的合作	347
加强与推销员之间的沟通	349
区域营销队伍的快速建立	351
怎样打好营销的“人海战役”	356
如何制定正确的营销策略	358
创建一支高效团队	360

第十一章 营销管理中的“人”学

让员工树立主人翁意识	367
成功管理就是激励下属	370
让部下自觉挣面子	373
表扬是一种“翻倍法”	375
用倾听拉近与下属的距离	377
公正地对待下属	381
激励下属的智慧	383
激发热情干劲的6种途径	387
培养员工的创造力	388

迫使下属更主动	391
替他们挡驾	393
用心体会下属的用心	394
多几副面孔待人	398
医治下属“闲得无聊”的智慧	401

第十二章 激发创意的黄金法则

追求独特的创意	407
立足一点，拓宽业务	409
在创新中求生路	411
敢于拓展新的出路	414
重塑思维，创新致胜	416
企业必须追求持续不断的创新	419
创意成就事业	422
创新就是要突破常规	425
创意的最佳时间	428
创造性思维的 4 种训练方法	431
公司应该是自由交流信息的场所	434
让年轻人创造流行产品	435
打开市场的 4 大高招	438

第十三章 营销主管工作效能提升训练

营销主管的性格要求	447
营销主管的能力要求	450
将要做的事情分个类	456
用心保存公司的资料	461

不断地为大脑充电	465
多多学习别人的经验	467
科学使用时间的十二个技巧	469
防止浪费时间	473
商务电话的礼仪与技巧	483
如何向管理部门推销营销策划	486
如何写好商业文书	489
如何定期做出计划	492
年年事事做总结	494
自编述职报告	496

第 1 章

先人一步的营销理念



