

Pilot 聚力营销图书

屈云波 主编



Mobile Marketing:

How mobile technology is revolutionizing marketing, communications and advertising

移动营销

移动互联网技术带给营销、销售和传播的巨变

【英】丹尼尔·罗尔斯◎著 黄丽茹 屈云波◎译

移动互联网：下一座金矿！又一个创富时代在招手！

引用乐购、耐克、一汽等国内外知名企业的研究案例

涉及苹果应用、腾讯、谷歌、推特、Facebook等著名企业的移动营销实践

移动营销工具包：

移动网站、应用程序、社交媒体、移动设备、移动搜索、移动广告、增强现实、

二维码（快速反应码）、近距离无线通信、短信服务、移动分析

 **企业管理出版社**
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

Mobile Marketing:

How mobile technology is revolutionizing marketing,
communications and advertising

移动营销

移动互联网技术带给营销、销售和传播的巨变

【英】丹尼尔·罗尔斯◎著 黄丽茹 屈云波◎译

Yi Dong Ying Xiao
Yi dong hu lian wang ji shu dai gei ying xiao,
xiao shou he chuan bo de ju bian



图书在版编目 (CIP) 数据

移动营销: 移动互联网技术带给营销、销售和传播的巨变/ (英) 罗尔斯 (Rowles, D.) 著; 黄丽茹, 屈云波译. —北京: 企业管理出版社, 2015.1

书名原文: Mobile marketing: how mobile technology is revolutionizing marketing, communications and advertising

ISBN 978-7-5164-1000-4

I. ①移… II. ①罗… ②黄… ③屈… III. ①网络营销—研究 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第302566号

Mobile marketing: how mobile technology is revolutionizing marketing, communications and advertising

Copyright: ©2014 Daniel Rowles

This Edition Arranged With Kogan Page Publishers

Through Beijing International Rights Agency

Simplified Chinese Edition Copyright:

2014 ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

All rights reserved.

本书中文简体字版由企业管理出版社出版。

未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记图字01-2014-6299

书 名: 移动营销: 移动互联网技术带给营销、销售和传播的巨变

作 者: 丹尼尔·罗尔斯 (Daniel Rowles)

译 者: 黄丽茹 屈云波

责任编辑: 尤 颖

书 号: ISBN 978-7-5164-1000-4

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号

邮 编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701816 编辑部 (010) 68414643

电子信箱: 80147@sina.com

印 刷: 香河闻泰印刷包装有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 168毫米×235毫米 16开本 19.25印张 257千字

版 次: 2015年1月 第1版 2015年1月 第1次印刷

定 价: 58.00元

想长存，须读书

中国人读书现状

据中国出版科学研究所进行的一项《全国国民阅读调查》显示，中国人“识字者阅读率”从1999年的60.4%至2009年下降到50.1%；我国国民每年人均阅读图书仅为4.5本，远低于韩国的11本、法国的20本、日本的40本、俄罗斯的55本、以色列的64本……而读书的认真程度恐怕也大不如前了。

究其原因，主要是当今中国处于重金主义时代，没时间阅读、认为读书的投入产出比太低、多媒体时代获取信息的方式多元化以及图书质量下滑等。

营销人读书现状

据派力对近十年来开卷市场营销类图书销量排行榜等相关数据统计分析，每年总计近万种在销的市场营销类图书中排名在前400名的品种单册平均销量十年来下降了5倍之多；而在两大图书网络书店——当当网和卓越网上，虽然市场营销类品类在经营管理大类图书中总销量保持首位但单册平均销量也远不及大众畅销图书和投资理财等泛财经类畅销图书；而17年来单册平均销量或销额一直排名在市场营销品类第一的《派力营销图书》，单册平均销量同样也大不如前。

想长存，须读书

首先，我们要先说清楚“想长存，须学习”的道理。从企业营销进步水平的角度看，虽然中国企业市场意识和营销能力十多年来取得了很大进步，但跟世界发达国家领先企业相比，恐怕不会有几个人会认为中国企业的营销水平已经勇立潮头、可以高枕无忧了吧？如果经济低潮周期来临，那就会检验出我们中国企业市场意识和营销能力到底处于何种发展阶段；从营销人员个人职业发展角度看，因为十多年来甚至三十多年来，中国经济快速发展，不少行业和企业好像“傻瓜都能把货卖出去”，不需要什么专业精深的营销知识和体系，但殊不知近十年来，就是那些受过良好教育及专业训练的营销经理人越来越受到中国领先企业

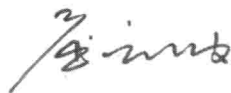
的猎请和重用，而大量缺乏学习意识和学习能力的“经验型老手”却陆续被淘汰出局。

如果多数中国营销人能够认同“想长存，须学习”的道理，那么接下来我们该选择何种学习途径呢？我们知道学习和培训确实有多种方式，但每种方式都有其优缺点，比如互联网和报刊，优点是文章实时且简短，缺点是没有图书的系统性、工具性和教材性；而通过在职学历教育、咨询和培训专业机构服务等学习途径，优点是能比较好地解决系统性甚至针对性问题，但其学习的方便性、时间和资金投入成本却无法与图书对比；而图书既系统专业，又阅读方便、省时省钱。简而言之，图书是您投入产出比最大的一种学习途径！

以上所述，与您共勉。

北京派力营销管理咨询有限公司

《派力营销图书》主编



2013年1月1日

谨以本书献给我的妻子苏珊娜，她一直
那么有耐心、美丽、坦率，如果不是她，本
书只会是一个等待实施的计划。

也借此大好机会放上孩子们的名字，这
样他们可以向朋友们炫耀一下，我也可以得到
相当多“老爸真棒”的好评分。特蕾莎，查理，
我爱你们。



序言 Foreword

现在，移动设备不仅极大地影响着我们的日常沟通方式，而且影响着我们与他人以及各类组织的交流和联系，这一点有目共睹。

在特许营销协会（Chartered Institute of Marketing, CIM），我们经常发现从事营销的人和研究某种商业形态的人（无论他们是否自认为是营销人员）都需要对数字景观（digital landscape^[1]）有更深入的了解。我们还发现，数字景观正以不可思议的速度发生着变化。其中，移动技术起着关键的作用。

在这种飞速变化的环境当中，了解移动营销的战略性和战术性问题十分重要，尤其是用于社交媒体时。

丹尼尔和特许营销协会有着广泛的合作，他帮助我们的会员和客户在紧张、刺激、飞速变化的环境中顺利前行。在数据化的各个方面，他都是备受尊敬的权威，也是引领大家开始移动营销之旅的理想向导。

特许营销协会行政长官

安妮·戈弗雷（Anne Godfrey）

[1] 数字景观是运用各种数字显示技术、3D 技术，结合传统的园艺、雕塑、水景、照明等手法，集合文字、图像、影像、声音、气味、灯光以及各种交互行为，创造出超越传统、超乎想象的新型景观。

致谢 Acknowledgements

在本书的写作过程中，我得到了很多人的鼓励和帮助，在此仅列举几个。

首先感谢规模虽小但表现完美的目标网络小组（Target Internet team）中的成员塞伦（Ciaran）和菲利斯（Felice）。塞伦用连激带哄的方式推动我的写作，并同意我借鉴他的观点（尤其是在快速响应码方面）。而菲利斯则毫无怨言地承担了所有棘手（而且常常没太多价值）的研究任务，我非常感谢他。

特别感谢既有灵感又有天赋的乔纳森·麦克唐纳（Jonathan Macdonald），是他建议我开始本书的创作。下次如果我们还一起在机场候机 12 个小时，我请客喝酒。

感谢特许营销协会的所有成员。多年以来，他们一直支持我、帮助我。他们既是我的工作搭档，也是我的好朋友。特别感谢安妮·戈弗雷为本书作序，感谢她的信任。感谢克里斯·莫里亚蒂（Chris Moriarty）兄弟般的情谊，感谢托马斯·布朗（Thomas Brown）的独到见解和爽朗笑声，感谢博妮塔·斯威利（Renita Shwili）的明智建议和鼓励。

感谢 E 咨询公司（Econsultancy）不断提出挑战，让我感受到工作的乐趣，体会到专业的精神和合作的乐趣。特别感谢首席执行官阿什利·弗

里德莱因（Ashley Friedlein）对本书的贡献。感谢克里斯·克拉彭（Chris Clapham）让我忙忙碌碌又能如期推进。

最后，非常感谢本书的所有读者，感谢目标网络小组的来访客人，感谢收听数字营销博客的听众，感谢在推特上支持我、耐心倾听并进行分享的人。

内容简介 Introduction

如果你看过很多数字营销方面的热门博客和杂志，就会认为最近五年是移动营销的时代。如果你支持的博主中有人热衷于引发争议，你可能会相信“移动营销已经消亡”。事实上，真相介于这两者之间。

本书的目的是引领读者了解运用移动营销服务全球的各种类型和规模的企业。为此，我们首先要明确移动营销的意义。

避免方向错误

在移动营销中最常见的错误是过分关注设备。如果我们关注于人们用的是智能机还是平板电脑，那么从一开始方向就错了。原因如下。

多大的电话才算是平板电脑？如果我的笔记本电脑配有触摸屏，是否就算平板电脑了？实际上，移动设备的更新换代极快，往往等到我们适应时就已经过时了。

因此，我们需要的是可以最大限度地利用现有的科技手段，但不会被设备拖累的战略和规划。

关注客户体验

归根结底，移动营销就是了解客户体验的旅程。了解客户作为个体（或是更大团体中的一部分）有哪些需求。这些需求涉及广泛，包括自我学习到预定电影票。但无论是何种需求，都要了解如何利用移动营销设备来满足个体的消费需求。

考虑人的因素

移动设备在本质上是非常私人的用品，人们随身携带着它从一个地方到另一个地方，使生活更加便利（至少应该如此）。如果想利用移动设备传播营销信息，也许效果还不如其他渠道。通常，人们在移动设备上的关注时间较短，关注的只是某个特定目标，关注“当下”那个时候。也正因如此，移动营销需要从另外一个完全不同的角度去思考。

接受分化的市场

通读本书后你会了解到创建应用程序、建设手机网站、使用近距离无线通讯（NFC）技术的可行性。我们真正要做的是掌握工具，迎接这样一个营销发生重大改变的时代。

本书将要探讨媒体消费如何发生巨变，人们如何同时使用多个屏幕（回想一下，你有几次看电视的时候，手里没拿着智能手机），以及移动设备如何在使用的時候就开始过时了。

在这样一个高速变化且具有颠覆性的市场，我们能做的就是必须关注基本要素。

回归基本要素

在过去的 15 年里，我与全球很多规模最大、变化最快的公司合作过，为他们提供建议，让他们了解如何更好地利用数字技术来实现商业目标。无论其目标是社交媒体搜索优化，还是电子邮件营销（两个都是移动营销的一部分），我都会回归到基本要素：明确目标，了解目标客户，选择合适的工具、渠道和材料，然后进行部署，开展检测，获取信息。现在的时代既可以被称为移动营销蓬勃发展的时代，也可以说是移动营销已经消亡的时代。

如何更好地使用本书

本书主要分为三个部分：

1. 正确认识移动营销

本部分介绍了移动营销的客户群，讨论了营销中的技术及影响，阐述了如何制定移动营销的目标。

2. 战术工具包

本部分研究的是移动营销中的核心科技手段、技术及工具，介绍了二维码、移动网站，应用程序和近距离无限通话。如果你需要一些实用技巧和方法，可以直接阅读这个部分。

3. 移动营销核查表

最后这个简短的部分能帮助读者制定移动营销战略，确保没有遗漏，另外还包括一些制定移动营销战略所需的实用清单和逐步规划工具。

关于移动营销的最新信息，请访问：

<http://www.targetinternet.com/mobilemarketing>。

派力营销图书选购和阅读指引

一、目标读者

- 1、首先是各类企业和非盈利机构的营销、销售和管理实战人员；
- 2、第二是各类营销咨询、培训、传播等专业服务机构的专业人士；
- 3、第三是各类大中专院校市场营销和工商管理专业的师生及研究人员。

二、产品定位

- 1、**专业、前瞻：**坚持以引进外国权威版权图书为主，并对中国企业未来数年的持续发展保持一定的前瞻性指引；
- 2、**实战：**一是每本图书的观点、方法、工具和案例等均来自于中外知名企业实践总结；二是每本图书均能够指导中国企业当前和未来数年的营销实践；
- 3、**工具：**为了提高中国营销人员的专业化水平，方便大家的日常工作，派力陆续出版了近百本几乎涵盖营销所有职能和岗位的案头工具类图书；
- 4、**教材：**针对企业销售和服务人员多、更新快的特点，派力陆续出版了几十本专业销售和服务技能培训教材，方便企业选用内部培训教材；同时，也陆续为职业培训师群体出版了十多本“职业培训师系列”；为大学市场营销和工商管理专业师生提供数本外版经典教材。

三、品类指引

图书品类	目标读者	品类简介
社会化媒体时代营销传播系列	营销、销售、传播及媒体从业人员	在社会化媒体时代，如何利用各种新媒体工具进行精准互动的营销、销售、传播和服务工作
战略及经营管理系列	企业管理人员	中国当前及未来数年需要的战略和经营管理理念、思维、方法、工具、案例和教材
市场营销系列	市场营销人员	中国当前及未来数年需要的各种营销理念、方法、工具、案例和教材
行业及细分市场营销与销售系列	行业营销和销售人员	针对某些行业的营销和销售理念、方法、工具、案例和教材
客户服务系列	客户服务人员	中国当前及未来数年需要的客户服务理念、方法、工具、案例和教材
品牌传播系列	品牌传播人员	中国当前及未来数年需要的品牌传播（品牌、广告、公关等）理念、方法、工具、案例和教材
销售技能系列	销售人员和培训讲师	中国当前和未来数年需要的各种销售理念、方法、技能、案例和培训教材
销售管理系列	销售管理人员	中国当前和未来数年需要的销售管理理念、方法、工具、案例和培训教材
个人成长与职业发展系列	所有年轻营销从业人员	针对所有年轻从业人员个人成长和职业发展的启蒙指导
职业培训师系列	职业培训师和企业内训师	针对职业培训师和企业内训师的专业工具和培训教材
派力营销多媒体培训课程系列	基层销售和服务人员	针对几类销售和服务新手岗位技能多媒体入门培训教材

备注：具体书目请查阅本书正文最后一页《派力营销图书》书目或登录www.pilot-marketing.com.cn。

《派力营销图书》2015年书目

序号	书 名	作者	定价
一、个人成长与职业发展系列			
353	数字时代：互联网如何改变着我们身边的一切	西蒙·庞特	¥ 59.00
335	8小时经理人情商课：企业领导者的必修课	戴尔·科菲 迪尔德丽·默里	¥ 30.00
311	质问力：新时代人生和商界成功宝典	大前研一	¥ 30.00
302	博恩·崔西重塑自我：如何通过重塑自我实现幸福人生	博恩·崔西	¥ 35.00
301	博恩·崔西口才圣经：如何在任何场合说服任何人	博恩·崔西	¥ 35.00
220	营销人生存手册：为你提供从士兵到将军的实战指导	刘春雄 戴鑫 郭旭	¥ 39.50
二、战略管理及经营管理系列			
349	泛家居行业经销商经营管理实战手册	盛斌子	¥ 45.00
321	30天学会MBA：世界一流商学院十二门浓缩课程	科林·巴罗	¥ 68.00
313	如何避免商业上的43个错误	邓肯·班纳坦	¥ 35.00
312	好妈妈会赚钱：女人创业5步骤	艾米·拜伦 丹尼尔·博特瑞尔	¥ 39.50
309	转型：新时代的企业经营之道与成功案例	彼得·菲斯克	¥ 50.00
296	商业的奥秘：是什么、做什么、怎么做？	萨莎·加布尔雷斯	¥ 59.50
274	让平凡人做出不平凡业绩：中国企业人力资源必读	刘春雄 金焕民	¥ 55.00
263	商业天才：透视全球36家顶尖公司经营秘诀	彼得·菲斯克	¥ 55.00
三、电子商务与社交媒体营销传播系列			
352	移动营销：移动互联网技术带给营销、销售和传播的巨变	丹尼尔·罗尔斯	¥ 58.00
351	社交媒体时代的直效营销：互联网时代如何运用iDirect和iBranding互动营销方式实现低成本、高回报	斯坦·拉普	¥ 45.00
350	高级数据库营销：互联网时代持续提高客户终身价值的全新方法与实践	克里斯托弗·库斯曼特 凯恩 W.博克斯考特A.奈斯林	¥ 70.00
345	零售革命3.0：零售商该何去何从——实体店销售、网上销售还是双管齐下	科尔·莫伦纳	¥ 45.00
342	内容营销：有价值的内容才是社交媒体时代网络营销成功的关键	索尼娅·杰斐逊 莎伦·坦顿	¥ 50.00
339	互联网直销：零成本的E-mail法则（第二版）	乔·维塔尔 约翰·莫	¥ 45.00
333	精准营销：社交媒体时代企业传播实战指南	桑德拉·佐拉蒂 李·加拉赫	¥ 50.00
324	社交媒体时代的口碑营销：苹果iphone、亚马逊Kindle在互联网时代风靡全球的营销秘密	亚历克斯·戈德费恩	¥ 45.00
320	互联网时代的新营销：理念·原理·方法·工具·案例	约翰·韦斯特伍德	¥ 45.00
317	数字营销：世界最成功的25个数字营销活动	达米安·瑞安 卡尔文·琼斯	¥ 35.00
308	粘性营销：新时代的营销圣经	格兰特·勒伯夫	¥ 35.00
四、市场营销系列			
348	低成本快营销：针对中小企业的101个实效营销创意（第二版）	安德鲁·格里菲斯	¥ 45.00
346	HUMBLES完美产品设计法：以用户为中心的产品设计	弗朗塞斯·阿拉加尔 霍尔迪·蒙塔纳	¥ 50.00
341	营销大师：宝洁、联合利华、通用电气、美国运通等世界顶级营销大师持续成功的秘籍	迪克·马丁	¥ 58.00
340	植入式营销：利用名人的力量速成和增值你的品牌	苏珊·艾什布鲁克	¥ 48.00
337	30天学会MBA（市场营销学）：世界顶尖商学院市场营销学的12门核心课程	科林·巴罗	¥ 60.00
332	优质优价：小微企业的经营智慧与营销宝典	艾琳·沃贝克 萨拉·佩蒂	¥ 38.50
329	精英消费：新时代的精英消费者研究及销售秘诀	吉姆·泰勒 史蒂芬·克劳斯 道格·哈里森	¥ 39.50
322	8小时学会市场营销：写给繁忙经理人和初学者的营销实用指南	加里·海因斯 罗南·莫里斯	¥ 29.50

316	性别、设计与营销：如何根据性别差异进行设计和营销	格洛丽亚·摩斯	¥49.50
310	购物者营销：如何把进店购物者变成实际购买者	马库斯·斯塔尔博格 维尔·梅拉	¥45.00
280	营销经理手册：中国营销经理入门宝典	屈云波 王婵龙	¥75.00
278	市场细分：市场取舍的方法与案例	屈云波 张少辉	¥45.00
273	击败低价对手：优质品牌如何应对低价竞争者	阿德里安·瑞安斯	¥52.50
269	客户天才：打造客户型企业的全新蓝图	彼得·菲斯克	¥65.00
267	营销人员薪酬与考核：中国营销经理和咨询顾问的案头工具（第三版）	郑宏 廉鹏飞	¥49.50
266	营销执行：中国营销经理和咨询顾问的案头工具（第二版）	胡利杰 田宇	¥45.00
262	营销指标：公司高管和营销经理必须掌握的120个管理工具	王林建 王志勇	¥49.50
258	营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版）	唐纳德·勒曼 拉塞尔·威纳	¥50.00
257	营销红皮书：中国营销全貌释疑与记录	刘春雄 金焕民	¥75.00
243	营销方法：来自市场营销专业机构的105个实用营销方法与工具（第三版）	屈云波 李奕霏 黄盛	¥100.00
240	营销企划手册：已经被50万中国营销人使用的营销企划工具书	屈云波 郑宏 张平淡	¥75.00
230	5E营销：世界级消费品品牌已广为采用的最新营销方法	马歇尔·科恩	¥35.00
225	营销天才：引领中国营销学习方向	彼得·菲斯克	¥65.00
223	数据库营销：分众营销时代的营销利器	许志玲 赵莉	¥45.00
五、行业及细分市场营销与销售系列			
345	零售革命3.0：零售商该何去何从——实体店销售、网上销售还是双管齐下	科尔·莫伦纳	¥45.00
330	零售冠军：新时代零售商赢得成功的10个黄金步骤	克莱尔·雷纳	¥46.50
325	做自己的教练：医药代表的五把利剑（第二版）	仲崇玉	¥35.00
323	零售店销售游戏和竞赛手册：零售商的好帮手和赚钱利器	哈里J.弗莱德曼	¥49.50
318	电动车销售话术：足以把汽车卖出去	张小虎 王荣耀 黎永生	¥35.00
300	服饰促销实战攻略：中国服饰店促销秘籍	齐世春	¥38.50
297	出奇制胜：泛家居营销“非常术”	盛斌子	¥35.00
290	零售宝典：美国西尔斯百货销售培训	帕姆·阿胡雅	¥30.00
286	儿童生意经：中外儿童市场全貌及成功案例	岑丽莹	¥50.00
285	专业服务营销：世界顶级服务型公司的成功之道	迈克·舒尔茨 约翰E.杜尔	¥58.00
236	中国化妆品终端变革：中国第一本关于中国化妆品行业的终端市场报告	《销售与市场化妆品观察》杂志社	¥48.00
六、客户服务系列			
344	卓越服务：使客户服务从平庸到卓越的七个简单方法	史蒂夫·科廷	¥38.50
343	客户服务救生包：如何解决客户服务中的棘手状况，圆满化解不愉快的客户消费体验	理查德·加拉格尔	¥38.50
298	客服的奥秘：当代美国客户服务业全景纪实	埃米莉·耶林	¥45.00
289	顾客买的是服务：掌握提升顾客满意度的关键	諏访良武 北城恪太郎	¥35.00
269	客户天才：打造客户型企业的全新蓝图	彼得·菲斯克	¥65.00
251	客户服务：面向21世纪的客户服指导手册（第三版）	雷内·埃文森	¥65.50
248	完美服务：确保完美服务的101个方法	罗伯特W.卢卡斯	¥39.50
247	赢得回头客：赢得回头客的60条成功法则，《财富》500强公司已广为采用	基思·贝利 卡伦·利兰	¥35.00
七、品牌传播系列			
347	品牌命名：世界知名品牌背后的故事(第二版)	史蒂夫·里夫金 弗雷泽·萨瑟兰	¥50.00
287	完美营销：中小企业品牌营销3步骤	詹姆斯·康纳	¥35.00
270	中外危机公关案例启示录	岑丽莹	¥55.00
249	金牌创意：低成本的实效营销和广告创意指南	杰伊H.海曼	¥35.00

246	超级说服：高手们不想让	戴夫·拉克哈尼	¥30.00
241	提前思考下两步：大型广告	S·麦克	¥39.50
83	品牌智慧：品牌战略实施的五个步骤（第二版）	杜纳E.科耐普	¥35.00
八、销售技能系列			
336	8小时学会成功销售：写给繁忙销售人员、销售经理和企业老板的销售实战指南	罗南·麦克马拉	¥30.00
334	高利润销售：美国销售达人的销售秘笈	马克·亨特	¥50.00
331	训练销售冠军：世界500强公司“从接触到签单”的432条销售秘籍	戴安娜·布尔	¥45.00
328	销售灵魂：让销售业绩与人生价值完美结合的全新理念（第二版）	卡罗尔·科斯特洛	¥40.00
326	情感销售：21世纪销售精英真正的杀手锏	克里斯托弗·格里斯	¥38.00
319	销售攻心术：派力专业销售话术大全	季祥 吴鸽	¥37.50
315	销售代表实战手册：销售新手培训金典	季祥 董骞	¥49.50
306	推销大师：美国10大行业45位推销精英的成功故事和成长感悟	张爱平 陈曦	¥39.50
305	电话销售魔法：将约见成功率瞬间提升7倍的绝对法则！	吉野真由美	¥25.00
291	比你的对手更赚钱：摆脱低价竞争的高利润销售法则（第二版）	劳伦斯L.斯坦梅茨 威廉T.布鲁克斯	¥40.00
288	催眠推销法：全新而有效的销售与营销心理学（第二版）	乔·维托	¥35.00
284	销售教练：如何在日常工作中训练你的销售人员（第二版）	派力营销培训教材编写组	¥40.00
281	导购代表手册：中国导购精英教练手册	冯海 张少辉	¥35.00
279	专业销售：专业销售培训教材	周静利 吴婷	¥35.00
265	顾客抱怨成就销售冠军：把顾客抱怨变成你最强的销售工具！	菊原智明	¥30.00
261	业务员工具书：一线销售人员实用工作手册（第三版）	历练 雷达	¥50.00
244	销量狂飙：全球最畅销的大订单销售培训课程	帕特里柯·埃文斯	¥27.00
239	训练销售精英：分享宝洁中国最高级别中方销售总监成长感悟（第三版）	孔雷	¥39.50
216	如何搞掂难缠的客户：与难缠客户（SOBs）打交道的10个有效策略	戴夫·安德森	¥35.00
215	发现你的销售力量：挖掘销售机会的九条法则，倍增销售业绩的十二条途径（第二版）	杰·亚伯拉罕	¥35.00
214	提问销售法：告别传统销售模式，双倍提升你的销售业绩（第二版）	托马斯·福瑞斯	¥37.50
208	探索式推销：职业销售的12条黄金法则	奥马尔·佩鲁	¥40.00
九、销售管理系列			
314	销售经理：中国销售经理进阶培训手册	金丹 屈云波	¥65.00
307	销售变革：通过变革促进销量大幅提升的107个秘诀	布雷特·克莱	¥45.00
282	销售管理：知识、方法、工具与案例大全	李俊杰 蔡涛涛	¥75.00
276	销售经理工具书：21大类实用技能 482个贴身工具（第三版）	吉恩·嘉佛罗	¥49.50
268	渠道激励：中国企业营销制胜的核心利器	盛斌子 吴小林 冯海	¥37.50
259	销售人力资源管理：如何选育用留顶级销售人才（第三版）	赫伯·戈瑞伯格 哈罗德·威斯特 帕特里柯·斯沃恩	¥39.50
252	区域经理实战手册：直击区域经理的职业成长轨迹（第三版）	黄坤	¥45.00
250	王牌销售团队：送给销售经理和公司高管的实战手册	基思·罗森	¥45.00
245	金牌销售经理：发现、训练和领导销售人员的行动指南	罗恩·马克斯	¥32.50
226	销售指标：每个销售经理和绩效考核主管都应该掌握的销售绩效管理工具！	王林建 丁彦之	¥39.50
207	销售经理终极指南：全面革新销售经理的管理及工作方法	约翰·克里姆森	¥40.00