



经验营销



缝隙营销



娱乐营销



价值营销



借势营销



情感营销



戏剧性营销



品牌升级



品牌活化



品牌重塑



角色营销



时尚营销



参与营销

中国品牌营销 十三战法

北京大学中国品牌营销课题组

朱玉童 编著

中国品牌营销 十三战法

北京大学中国品牌营销课题组

朱玉童 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

中国品牌营销十三战法/朱玉童编著. —北京:
企业管理出版社, 2015. 4

ISBN 978-7-5164-1017-2

I. ①中… II. ①朱… III. ①品牌营销—中国 IV.
①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 021801 号

书 名: 中国品牌营销十三战法

作 者: 朱玉童

选题策划: 刘 刚

责任编辑: 谢晓绚

书 号: ISBN 978-7-5164-1017-2

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) 68414644

编辑部 (010) 68701661 (010) 68701891

电子信箱: emph003@sina.cn

印 刷: 三河市文阁印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 710 毫米×1000 毫米 16 开本 22.5 印张 彩页 2 340 千字

版 次: 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 50.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

博瑞森图书：企业阅读 本土实践

亲爱的读者朋友：

也许您是博瑞森图书的老读者，也许是新朋友，欢迎您阅读博瑞森图书！

当今中国，各行各业都存在着转型升级的压力与机遇。博瑞森图书与您一同应对转型挑战并发现其带来的机遇。

我们一直在问：什么样的书能为您解决管理难题并带来启发？

我们一直在找：哪些作品能帮助企业从跟随到领先？

我们一直在做：把最好的作品以最便捷的方式呈现给您，纸质版、电子版、书摘邮件、微信……

我们策划图书的原则是：

- 企业阅读——与您一样，做水中的游泳者，而非岸上的观众或教练，企业的困惑就是我们的任务。

- 本土实践——与您一样，立足本土环境，追求卓越实践，传播最适合当下中国企业的管理之道。

我们也向所有的企业管理者、管理咨询专家和企业研究者征稿，让更多被实践检验的好思想、好方法迸发出来，为企业助力！（bookgood@126.com 或 QQ：1963328416 或手机号 13611149991，绝非“自费出书”，不向作者收取任何费用）

如果有一天，您把博瑞森图书视为您优秀的事业伙伴、管理助手，我们也就实现了自己的梦想。

博瑞森图书

凡购买本书的读者，都将免费获赠本书精华电子版 + 书币，请登录博瑞森管理图书网，输入刮刮卡号码，即可下载电子版、领取书币。

谨以此书
献礼采纳 20 周年



品牌营销，越战越勇

北京大学中国品牌营销课题组首席顾问

采纳品牌营销顾问机构创始人 朱玉童

近三十年来，中国经济飞速发展，中国企业面临着前所未有的竞争。新经济的发展、移动互联网时代的到来，要求企业寻找配套的、新的营销手段，且必须满足市场发展的需要。企业面临的市场经济环境决定了企业必须创新才能生存发展，那么如何通过营销创新来提高企业的市场竞争力？

笔者及专家团队通过中国二十多年的市场营销实战，提炼出了中国品牌营销的十三个战法。中国品牌营销十三战法，实际上就是通过对品牌的检验，发现品牌存在的问题，找寻突破的机会，寻找适合品牌发展与成长的对策，让品牌不断增强竞争优势的一套系统战法。中国品牌营销十三战法是传统营销化茧成蝶的蜕变，承担着塑造新品牌、活化老品牌、重塑衰退品牌等一系列重要任务与使命，而每一种战法都是为提高品牌核心竞争力的有力手段，对企业经营者有重要的启迪作用。

品牌营销第1战法：颠覆营销。

通过对一种原有经典的彻底反叛，给消费者提供一种全

新的消费体验或者认知，打开一片新市场。以弱对强、以无名对有名、以草根对大腕，通过逆袭、创造、变革、重生完成颠覆。

品牌营销第2战法：价值营销。

无论是是卖点创意，还是产品说明、包装、品质及以后的广告都要证明“我的产品就是比你的好”、“我的产品就是比你的产品有价值”，而消费者也常常会为此买单。

品牌营销第3战法：情感营销。

当一个产品实在找不到卖点的时候，情感是一张很好用的牌，特别是对高度同质化的产品。例如啤酒和水，还有情人节热卖的玫瑰花，都可以用情感牌。

品牌营销第4战法：品牌活化。

对所有与消费者接触的品牌要素进行不断更新，注入新的元素以保持其发展的动力及时代活力。常用方法：产品新品类、副品牌反哺、形象更新、体验传播。

品牌营销第5战法：角色营销。

“炮制一个角色、制定一个标准。”运用角色具有的拟人化效果，让消费者从心理、文化和社会感情上对品牌形象产生亲切感和敬重，使品牌角色符合消费者的“身份”追求，从而有效引导。

品牌营销第6战法：缝隙营销。

被比喻为“跳出盒子的思考”、横向思考。它细分一个小市场，通过原创性的理念和产品激发出新的市场和利润增长点。首先选择一个市场焦点，然后进行横向、纵向扩大以产生刺激，最后使某品牌成为小市场中的大品牌。

品牌营销第7战法：戏剧性营销。

当品牌产品很朴素、很普遍时，就需要通过制造戏剧化的情节来表现，否则产品将无人问津。就像脑白金广告，卡通人物的表演极具戏剧化，加到大了品牌传播的力度。

品牌营销第8战法：时尚营销。

深入了解消费者行为，挖掘时尚创造者的生活形态，找到驱动消费行为的时尚力量和元素，并采用这些消费语言，满足目标人群的心理需求，创造产品和品牌价值，并赢得市场成功。

品牌营销第9战法：娱乐营销。

借助各种娱乐活动，通过各种活动形式与消费者实现互动，将娱乐因素融入产品或服务，从而促进产品或服务取得良好的市场表现。娱乐营销将“产品实体、媒介载体、消费者”三者结合，实现三位一体，让消费者在快乐中接受产品，让产品在快乐中传播。

品牌营销第10战法：借势营销。

巧用借助物与善于借势可以使弱势品牌或产品以低成本取得市场成功，关键在于找准借助物和切入点，实现嵌入式广告和事件营销的无缝对接。

品牌营销第11战法：品牌升级。

品牌升级是新的市场环境下品牌发展的必然要求，是企业从整体经营拓展的需求出发，在目标市场不断升级的同时，让品牌内涵、产品、渠道终端、传播同步升级，并由此带动企业管理手段的创新和管理水平提高，促进经济效益迅速发展。企业品牌升级是一个系统工程，需要企业营销所有环节联动，具有明显的全局性、战略性、动态性和市场性特点。

品牌营销第12战法：品牌重塑。

跳出“品牌墓地”，在原有品牌知名度的基础上，进行品牌重新构建。常用方法有品牌重新定位、情感注入、新形象建立、热点传播延续、组织重组等。

品牌营销第13战法：参与营销。

移动互联网不受传统商业的时间、地点和需求约束，只要通过移动终端就能随时随地任意表达自己的需求。正是因为移动终端让每一个用户都拥有属于自己的自媒体平台，让每一个用户都可以实现一对一地与企业沟

通，在移动互联网时代，企业将更加注重用户的感受和体验，高度重视用户的消费理念和价值主张，将其培育成忠实于品牌的粉丝，提高粉丝们的参与感。

中国品牌营销十三战法必将开创一个新的营销时代，让营销快步前行，帮助企业创造商业神话，不断发展完善自身理论。

我衷心希望这十三个战法能助您全面提升企业的品牌与销量，让您如虎添翼，在市场竞争中越战越勇，实战企业的“世界品牌梦”。

博瑞森图书分类导读图 + 书目



更多实战好书,请关注“博瑞森管理图书网”

BRACE <http://www.bracebook.com.cn>



(网站二维码)

行业类：零售、白酒、食品/快消品、农业、医药、建材家居

书名·作者		内容/特色	读者价值
零售·餐饮	涨价也能卖到翻 村松达夫【日】	提升客单价的15种实用、有效的方法	日本企业在这方面非常值得学习和借鉴
	1. 总部有多强大,门店就能走多远 2. 超市卖场定价策略与品类管理 3. 连锁零售企业招聘与培训破解之道 4. 中国首家未来超市:解密安徽乐城 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
	零售:把客流变成购买力 丁 昀 著	如何通过不断升级产品和体验式服务来经营客流	如何进行体验营销,国外的好经营,这方面有启发
	餐饮企业经营策略第一书 吴 坚 著	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	第一本专业的、高端的餐饮企业经营指导书
白酒	变局下的白酒企业重构 杨永华 郭 旭 著	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	行业内企业要减少90%,自己在什么位置,怎么做,都清楚了
	1. 白酒营销的第一本书 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
快消品·食品	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
	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
	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: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,重点突出	来源于实战的精华总结
	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 伯建新 著	37个“怎么办”分析区域经理的工作关键点	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
	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
农业	做最专业的快消品业务员 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
	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

续表

医药	新医改下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	帮助理清思路,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 峰 著	药店经营、管理、营销全攻略	有很强的实战性和可操作性
	OTC 医药代表药店开发与维护 鄢圣安 著	要做到一名专业的医药代表,需要做什么、准备什么、知识储备、操作技巧等	医药代表药店拜访的指导手册,手把手教你快速上手
建材家居	建材家居营销实务 程绍珊 杨鸿贵 主编	价值营销运用到建材家居,每一步都让客户增值	有自己的系统、实战
	建材家居门店销量提升 贾同领 著	店面选址、广告投放、推广助销、空间布局、生动展示、店面运营等	门店销量提升是一个系统工程,非常系统、实战
	10步成为最棒的建材家居门店店长 徐伟泽 著	实际方法易学易用,让员工能够快速成长,成为独当一面的好店长	只要坚持这样干,一定能成为好店长
	手把手帮建材家居导购业绩倍增:成为顶尖的门店店员 熊亚柱 著	生动的表现形式,让普通人也能成为优秀的导购员,让门店业绩长红	读着有趣,用着简单,一本在手、业绩无忧
工业品	解决方案营销实战案例 刘祖珂 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
	变局下的工业品企业7大机遇 叶敦明 著	产业链条的整合机会、盈利模式的复制机会、营销红利的机会、工业服务商转型机会……	工业品企业还可以这样做,思维大突破
	工业品市场部实战全指导 杜 忠 著	工业品市场部经理工作内容全指导	系统、全面、有理论、有方法,帮助工业品市场部经理更快提升专业能力
金融	交易心理分析 (美)马克·道格拉斯 著 刘真如 译	作者一语道破赢家的思维方式,并提供了具体的训练方法	不论你是初入股市的新手,或是股票买卖的老手,如果你想在股市中持续一贯地获利,你都应该读一读这本关于股票交易心理学的书,它会让你超越输家轮回、晋身市场赢家
	精品银行管理之道 崔海鹏 何屹 主编	中小银行转型的实战经验总结	中小银行的教材很多,实战类的书很少,可以看看
	支付战争 Eric M. Jackson 著 徐 彬 王 晓 译	paypal 创业期营销官根据自己的亲身经历,讲述 paypal 从诞生到壮大到成功出售的整个历史过程	激烈、有趣的内幕商战故事!了解美国支付市场的风云巨变
服装	赚不赚钱靠店长:从懂管理到会经营 孙彩军 著	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	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
汽车	汽车配件这样卖:汽车后市场销售秘诀100条 俞士耀 著	汽配销售业务员必读,手把手教授最实用有用的方法,轻松得来好业绩	快速上岗,专业实效,业绩无忧
经营类:企业如何赚钱,如何抓机会,如何突破,如何“开源”			
抓方向	书名·作者	内容/特色	读者价值
	让经营回归简单·升级版 宋新宇 著	化繁为简抓住经营本质:战略、客户、产品、员工、成长	经典,做企业就这几个关键点!
	公司由小到大要过哪些坎 卢 强 著	老板手里的一张“企业成长路线图”	现在我在哪儿,未来还要走哪些路,都清楚了
	企业二次创业成功路线图 夏惊鸣 著	企业曾经抓住机会成功了,但下一步该怎么办?	企业怎样获得第二次成功,心里有个大框架了
	老板经理人双赢之道 陈 明 著	经理人怎样选平台、怎么开局,老板怎样选/育/用/留	老板生闷气,经理人牢骚大,这次知道该怎么办了
	企业文化的逻辑 王祥伍 黄健江 著	为什么企业绩效如此不同,解开绩效背后的文化密码	少有的深刻,有品质,读起来很流畅
	使命驱动企业成长 高可为 著	钱能让一个人今天努力,使命能让一群人长期努力	对于想做事业的人,‘使命’是绕不过去的
	公司大了怎么管:从靠英雄到靠组织 金国华 著	第一次详尽阐释中国快速成长型企业的特征、问题及解决之道	帮助快速成长型企业领导及管理团队理清思路,突破瓶颈

续表

思维突破	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
	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
	麻烦就是需求 难题就是商机 卢根鑫 著	如何借助客户的眼睛发现商机	什么是真商机,怎么判断、怎么抓,有借鉴
	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碎与再造,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
	互联网思维下的企业战略转型 李 蓓 著	本书阐述了传统企业在互联网思维下的战略转型之路:重新定义产品——重新寻找客户——重新发现价值	利用互联网思维结合自己已有的竞争优势,你也可以创建一个有着无限成长空间的新企业
管理类:效率如何提升,如何实现经营目标,如何“节流”			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
通用管理	1. 让管理回归简单. 升级版 2. 让经营回归简单. 升级版 3. 让人回归简单 宋新宇 著	宋博士的“简单”三部曲,影响 20 万读者,非常经典	被读者热情地称作“中小企业的管理圣经”
	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
	阿米巴经营的中国模式 李志华 著	让员工从“要我干”到“我要干”,价值量化出来	阿米巴在企业如何落地,明白思路了
	欧博心法:好管理靠修行 曾 伟 著	用佛家的智慧,深刻剖析管理问题,见解独到	如果真的有“中国式管理”,曾老师是其中标志性人物
	1. 用流程解放管理者 2. 用流程解放管理者 2 张国祥 著	中小企业阅读的流程管理、企业规范化的书	通俗易懂,理论和实践的结合恰到好处
	跟我们学建流程体系 陈立云 著	畅销书《跟我们学做流程管理》系列,更实操,更细致,更深入	更多地分享实践,分享感悟,分享从实践总结出来的方法论
	低效会议怎么改:每年节省一半会议成本的秘密 王玉荣 著	教你如何系统规划公司的各级会议,一本工具书	教会你科学管理会议的办法
人力资源	年初订计划,年尾有结果:战略落地七步成诗 郭晓 著	7 个步骤教会你怎么让公司制定的战略转变为行动	系统规划,有效指导计划实现
	回归本源看绩效 孙 波 著	让绩效回顾“改进工具”的本源,真正为企业所用	确实是来源于实践的思考,有共鸣
	曹子祥教你做绩效管理 曹子祥 著	复杂的理论通俗化,专业的知识简单化,企业绩效管理共性问题的解决方案	轻松掌握绩效管理
	把招聘做到极致 远 鸣 著	作为世界 500 强高级招聘经理,作者数十年招聘经验的总结分享	带来职场思考境界的提升和具体招聘方法的学习
	走出薪酬管理误区 全怀周 著	剖析薪酬管理的 8 大误区,真正发挥好枢纽作用	值得企业深读的实用教案
	集团化人力资源管理实践 李小勇 著	对搭建集团化的企业很有帮助,务实,实用	最大的亮点不是理论,而是结合实际深入剖析
	人才评价中心·超级漫画版 邢 雷 著	专业的主题,漫画的形式,只此一本	没想到一本专业的书,能写成这效果
	我的人力资源咨询笔记 张 伟 著	管理咨询师的视角,思考企业的 HR 管理	通过咨询师的眼睛对比很多企业,有启发
本土化人力资源管理 8 大思维	周 剑 著	成熟 HR 理论,在本土中小企业实践中的探索和思考	对企业的现实困境有真切体会,有启发

续表

企业文化	华夏基石方法:企业文化落地本土实践 王祥伍 谭俊峰 著	十年积累、原创方法、一线资料,和盘托出	在文化落地方面真正有洞察,有实操价值的书
	企业文化的逻辑 王祥伍 著	为什么企业之间如此不同,解开绩效背后的文化密码	少有的深刻,有品质,读起来很流畅
	企业文化激活沟通 宋抒宸 安琪 著	透过新任 HR 总经理的眼睛,揭示出沟通与企业文化的关系	有实际指导作用的文化落地读本
生产管理	高员工流失率下的精益生产 余伟辉 著	中国的精益生产必须面对和解决高员工流失率问题	确实来源于本土的工厂车间,很务实
	车间人员管理那些事儿 岑立聪 著	车间人员管理中处理各种“疑难杂症”的经验和方法	基层车间管理者最闹心、头疼的事,“打包”解决
	1. 欧博心法:好管理靠修行 2. 欧博心法:好工厂这样管 曾 伟 著	他是本土最大的制造业管理咨询机构创始人,他从 400 多个项目、上万家企业实践中锤炼出的欧博心法	中小制造型企业,一定会有很强的共鸣
生产管理	欧博工厂案例 1:生产计划管控对话录 欧博工厂案例 2:品质技术改善对话录 欧博工厂案例 3:员工执行力提升对话录 曾 伟 著	最典型的问题、最详尽的解析,工厂管理 9 大问题 27 个经典案例	没想到说得这么细,超出想象,案例很典型,照搬都可以了
	苦中得乐:管理者的第一堂必修课 曾 伟 编	曾伟与师傅大愿法师的对话,佛学与管理实践的碰撞,管理禅的修行之道	改善心境,提升境界,从容做管理
员工素质提升	跟老板“偷师”学创业 吴江萍 余晓雷 著	边学边干,边观察边成长,你也可以当老板	不同于其他类型的创业书,让你在工作中积累创业经验,一举成功
	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
	在组织中绽放自我:从专业化到职业化 朱仁健 王祥伍 著	个人如何融入组织,组织如何助力个人成长	帮助企业员工快速认同并投入到组织中去,为企业发展贡献力量
	企业员工弟子规:用心做小事,成就大事业 贾同领 著	从传统文化《弟子规》中学习企业中为人处事的办法,从自身做起	点滴小事,修养自身,从自身的改善得到事业的提升
营销类:把客户需求融入企业各环节,提供“客户认为”有价值的东西			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
营销模式	变局下的营销模式升级 程绍珊 叶宁 著	客户驱动模式、技术驱动模式、资源驱动模式	很多行业的营销模式被颠覆,调整的思路有了!
	卖轮子 科克斯 【美】	小说版的营销学! 营销核心理念巧妙贯穿其中,贵在既有趣,又有深度	经典、有趣! 一个故事读懂营销精髓
	弱势品牌如何做营销 李政权 著	中小企业虽有品牌但没名气,营销照样能做的有声有色	没有丰富的实操经验,写不出这么具体、详实的案例和步骤,很有启发
	老板如何管营销 史贤龙 著	不要认为营销就是 4 个 P、C、R 的概念游戏,揭开营销智慧助力企业成功的内在奥秘	高段位营销 16 招,好学好用,老板能看,营销人也能看
	动销:产品是如何畅销起来的 吴江萍 余晓雷 著	真真切切告诉你,产品究竟怎么才能卖出去! 突破产品滞销困局的实战宝典	击中痛点,提供方法,你值得拥有

续表

组织和团队	升级你的营销组织 程绍珊 吴越舟 著	用“有机性”的营销组织力替代“营销能人”,把营销团队变成“铁营盘”	营销队伍最难管,程老师不愧是营销第1操盘手,步骤、方法都很成熟
	用数字解放营销人 黄润霖 著	通过量化帮助营销人员提高工作效率	作者很用心,很好的常备工具书
	成为优秀的快消品区域经理 伯建新 著	37个“怎么办”分析区域经理的工作关键点	可以作为区域经理的‘速成催化器’
	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,重点突出	来源于实战的精华总结
	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
	做好营销计划再不难:用数字解放营销人2 黄润霖 著	全方位教你怎么做好营销计划,好学好用真简单	照搬套用就行,做营销计划再也不头痛
案例	解决方案营销实战案例 刘祖柯 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
	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/娃哈哈联播体	选择的案例都很有代表性,实在、实操!
	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
案例	中国首家未来超市:解密安徽乐城 IBMG 国际商业管理集团 著	零售企业的未来在哪里?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
	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
产品	产品炼金术I:如何打造畅销产品 史贤龙 著	满足不同阶段、不同体量、不同行业企业对产品的完整需求	必须具备的思维和方法,避免在产品问题上走弯路
	产品炼金术II:如何用产品驱动企业成长 史贤龙 著	做好产品,关注产品的品质,就是企业成功的第一步	必须具备的思维和方法,避免在产品问题上走弯路
	新产品开发管理,就用 IPD 郭富才 著	10年 IPD 研发管理咨询总结,国内首部 IPD 专业著作	一本书掌握 IPD 管理精髓
品牌	中小企业如何建品牌 梁小平 著	中小企业建品牌的入门读本,通俗、易懂	对建品牌有了一个整体框架
	采纳方法:破解本土营销8大难题 朱玉童 编著	全面、系统、案例丰富、图文并茂	希望在品牌营销方面有所突破的人,应该看看
	中国品牌营销十三战法 朱玉童 编著	总结归纳了采纳20年来的品牌策划方式方法,并将其总结提炼成了13条战法,同时配有大量的案例	众包方式写作,丰富案例给人启发,极具价值
渠道通路	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
	传统行业如何用网络拿订单 张 进 著	给老板看的第一本网络营销书	适合不懂网络技术的经营决策者看
	采纳方法:化解渠道冲突 朱玉童 编著	系统剖析渠道冲突,21个最新的渠道冲突案例、情景式讲解,37篇专题讲义	系统、全面
	学战术 卖产品 张小虎 著	分析常见的顾客异议,提出破解方案,将复杂的销售程序化,将优秀的话术模块化	让普通导购员也能成为销售精英

采纳荣誉展示（部分）



采纳智慧书库（部分）





众包写作团队合影（部分）



众包写作团队合影（部分）