

<<菜鸟成长记>>

图书基本信息

书名：<<菜鸟成长记>>

13位ISBN编号：9787511417923

10位ISBN编号：7511417922

出版时间：2013-1

出版时间：中国石化出版社有限公司

作者：王靓

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<菜鸟成长记>>

前言

这是一本很有意思的书。

它是我与一些来自成品油营销一线的精英才们共同编写的，他们与我志同道合，都想为成品油直销工作的发展做点事情。

按照章节编写的前后顺序，读者们应该记住这些名字：李凌子、宋继锋、封昌建、李仁如、李裕兴、王苓舟、戴振宇、钱卫军、王旭东、王超、张书平、黄蕾。

他们中有工作在一线的客户经理、有营业部主任、有地市公司经理，也有主管省公司商业客户开发和经营管理的领导。

也正是这种背景使得这本书的每个章节都充满了成品油市场的“战火硝烟”，再现了近几年成品油市场的波澜壮阔。

这本书是如此地贴近我们的生活，因此在读这本书的时候，我们非常期待您会产生这样的想法：“哎呀，这种情况我遇到过。

”或者暗自偷笑：“嘿嘿，怎么好像写的是我！”这本书很有意思，因为它和市面上可以看见的营销教材相比的确不同，属于横看成岭侧成峰的那种。

你可以把它当做一本小说看，你也可以把它当做一本教材进行学习，这也正是我们所期望的。

我们希望把枯燥的知识在您随意的翻看过程中润物细无声地传递给您，也希望您在需要它们的时候能够很快找到，助您一臂之力。

为了给这本有意思的书起个别致的名字，我们几经琢磨，最终确定了《菜鸟成长记》这个题目。

的确，若说搞销售，编者们各个都是好手，但说到写小说、编教材，编者们大都还真是大姑娘上轿——头一回。

大家都是从菜鸟这个阶段过来的，不管是做客户经理还是做编者。

这本书代表了所有人成长的一个历程。

据说菜鸟源自NBA，刚刚加入NBA的统称菜鸟，意思是说某个人刚刚加入某个团队，或接受新的事物，都是需要一个过程的，处在这个过程阶段的人，就叫菜鸟。

看到这个定义，我们越发觉得书的名字起对了，因为主人公阿超正是这样一位初出茅庐的“菜鸟”，而这本书也正反映了阿超如何从一个初出茅庐的学生逐渐成长为一名优秀客户经理的事业发展历程。

在我们身边会有相当一部分人，他们追求的也许是不求有功但求无过的人生。

在他们的职业字典里，差不多就行、别惹事、随遇而安、退一步海阔天空、枪打出头鸟之类的词语属于高频词。

在这种观念指导下，他们的工作常常表现为对于“份外事”不会主动去做，更不会多做。

稍有挫折，立即自我安慰：成功是少数人的事。

而等待这些人的也必将是一辈子碌碌无为。

在我们身边还会有另外一部分人，他们对成功的渴望无比强烈。

他们坚持到底，决不放弃。

假使他们的期望强度足够牢固，这些观念日积月累会变成他们的信念，这信念也最终会决定他们面对事情时所秉持的态度：积极进取、努力拼搏、精益求精、追求卓越……接下来，他们对待工作的态度一定就是：不怕失败、不怕困难、不怕挫折、即使失败也会爬起来。

最终他们将会成就一番辉煌。

不同的结果，源起于心态的不同，而心态的形成又是目标的设定与追求的过程，最终会演变成他们的人生结果。

文中的阿超和他身边的同事是一群有着阳光心态和坚强信念的人，他们为了企业的发展孜孜以求。

而对于任何一位想要更有所作为的读者来说，一本和自己有很强贴合度的图书。

的确能使人顿开茅塞。

我们衷心希望这本书能给大家带来成品油直销经营的种种方法和销售技巧，给您些许的帮助。

我们渴望成功，更渴望这本书能被大家接受，我们深知由于知识和能力的限制，本书还有很多的不足之处，因此我们真挚地希望读者能够提出修改意见。

<<菜鸟成长记>>

希望我们这群菜鸟的“悟道”能在读者的呵护下，以正确的思维方式，无比坚定的成功信念，最终成为高飞雄鹰。

我们感谢家人，是他们的支持与理解使得我们能够在繁忙的工作之余静下心来创作和学习。同样我们也十分感谢肖铁岩、夏良康、汪珺、黄训杰、张国艳、刘丰枝、茅永新、王松、孟祥汀等各位同志，在本书的编写过程中给予的无私支持与帮助，使得本书得以顺利完成。

王靓 2012年10月于北京

<<菜鸟成长记>>

内容概要

《菜鸟成长记:成品油直销客户经理终端营销实务》涉及油品知识与应用、营销行为与客户心理的博弈、人与人的沟通技巧与方式、市场信息收集及分析方法、价格与税收知识、招投标与谈判技巧以及合同签约的基本准则和注意事项、国内市场经营主体多元化与国际形势风云变化的应对方法、危机应对及处理方法、客户关系管理的方法与技巧和客户经理个人及团队管理等诸多内容。

<<菜鸟成长记>>

书籍目录

第一篇 青涩的菜鸟 第一章 入职 第一节 没想到 第二节 迷茫 第二章 培训 第一节 必须掌握的知识 第二节 不简单的工作 第三节 不违反原则 第四节 按职责做事 第三章 拜师 第一节 神秘的笔记本 第二节 无名高地 第三节 不靠运气靠心态 第四节 作战地图 第四章 姜还是老的辣 第一节 甜蜜的微笑 第二节 卖油是个技术活 第三节 这样做最靠谱 第二篇 菜鸟初啼 第五章 初战 第一节 遭遇守门员 第二节 一个都不能少 第六章 再战 第一节 电话占线 第二节 这个部长真够冷 第三节 再给我几分钟 第七章 告捷 第一节 坚持不懈 第二节 真正的接触 第三节 拿下第一单 第三篇 飞翔菜岛 第八章 客户要招标 第一节 知己知彼 第二节 正确的方法 第三节 想不到的风险 第九章 坏消息 第一节 “200”魔咒 第二节 油罐进水了 第三节 疏忽的代价 第十章 风云变幻 第一节 市场究竟怎么了 第二节 被人求也难受 第三节 博弈 第四篇 菜鸟高飞 第十一章 没有一件是小事 第一节 细节还是细节 第二节 新闻事件 第三节 我的时间我做主 第十二章 黄金客户 第一节 不都是上帝 第二节 难忘的背影 第三节 只为你特殊 第十三章 群鸟的力量 第一节 单飞的孤独 第二节 众人拾柴火焰高 第三节 群鸟高飞 参考文献

<<菜鸟成长记>>

章节摘录

版权页： 插图： 有分寸。

俗话说的好：“凡事都要有个度”。

说话也一样，要做到说话有分寸，必须配合语言以外的其他要素，如要根据时间、人物、事件、地点的不同，相应地调整其长短轻重严松快慢，了解对方背景情况，明确交际的目的，要注意如何用言辞行动去恰当表现。

有了分寸，才能把话说圆。

而有说话者总要有听话者，说话的目的是要向对方传送某种信息，如果没有分寸，你传送的信息就会出现偏差。

从这个意义上讲，把握好说话的分寸也就是把握好说话的禁忌。

你没有拿捏好分寸，后果就会很麻烦。

尤其是在商务活动中就更要注意，这样才会顺利办成事。

有礼节。

《礼记·儒行》记载：“礼节者，仁之貌也。”

唐初大儒孔颖达疏曰：“言礼仪撙节是仁儒之外貌。”

礼节是恭人的善行，也是商务活动中行万事的通行证。

语言的礼节就是接待客人时所用的亲切、热情而又有分寸的关切、恭候、致意的寒暄之语。

最常见的礼节语言惯用形式有五种，它表达了人们交际中的问候、致谢、致歉、告别、回敬这五种礼貌。

有教养。

教养，在辞典上解释为“文化和品德的修养”。

有教养的人，能够自如地运用大家都能理解的简洁和明亮的语言，表达自己的内心，同他人交流。

简而言之，有教养就是说话注意分寸、讲究礼节，语言柔软、圆润。

内容富于学识，词语雅致，是言语有教养的表现。

尊重和谅解别人，也是有教养的重要表现。

<<菜鸟成长记>>

编辑推荐

《菜鸟成长记:成品油直销客户经理终端营销实务》是长期战斗在成品油营销一线客户经理们的经验总结。

书中以一个刚入职大学毕业生的成长经历为主线,将营销案例和相关知识贯穿其中,详细阐述了作为一名合格客户经理应该具备的专业知识、营销技巧、心理素质要求以及品德操守等。

<<菜鸟成长记>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>