

<<人者为王之谋事在人成事也在人>>

图书基本信息

书名：<<人者为王之谋事在人成事也在人>>

13位ISBN编号：9787513602389

10位ISBN编号：7513602387

出版时间：2011-1

出版时间：中国经济出版社

作者：锦坤品牌研究院

页数：180

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>

<<人者为王之谋事在人成事也在人>>

内容概要

本书共5章包括了第一章 英雄莫问出处、第二章 创业之路、第三章 执行力和陈亮跨媒营销、第四章 不断创新的综合营销、第五章 精彩案例。

<<人者为王之谋事在人成事也在人>>

书籍目录

第一章 英雄莫问出处 一、穷少年的人生理想 二、涉足广告业 三、像机器一样做事 四、像海绵一样吸收 五、北上寻梦 六、如何进行学习与思考 章节小悟第二章 创业之路 一、创业梦想 二、拒绝为外企服务 三、执著制胜 四、如何做广告人 五、团队磨合 六、金钱只是顺带的结果 七、年轻人的激情和企业家的梦想 章节小悟第三章 执行力和陈亮跨媒营销 一、执行力 二、什么是跨媒营销 三、跨媒的实战方法 四、跨媒的模式 五、跨媒营销商学院 章节小悟第四章 不断创新的综合营销 一、年轻化的业务定位 二、效果付费的业务模式 三、特色营销之网络营销 四、特色营销之植入式广告 章节小悟第五章 精彩案例 案例一：综合营销之嘉豪食品 案例二：媒体组合之比亚迪汽车 案例三：跨媒营销之华生堂苹果醋 案例四：网络营销之仁爱医院 案例五：年轻人营销之黑卡饮料 案例六：植入式广告之《空姐日记》 案例七：效果付费之余师傅餐饮 章节小悟后记

<<人者为王之谋事在人成事也在人>>

章节摘录

插图：月亮地等着有人来找自己去干活，但是在这里等的人太多了，于是，他就主动一家一家地去问人家需不需要人，陈亮的每一份工作几乎都是他主动找来的。

他曾经在一个饭店老板那里干活，半夜起来帮老板杀鸭子。

他曾经在一个餐馆洗碗，一个月可以挣到100多元钱。

当他发现同一个饭店的厨师一个月可以挣300~400元钱的时候，就毫不犹豫地自己花钱在一个厨师培训学校学习了厨师技能，计划将来有机会可以当大厨，赚大钱。

无奈那个时候的所谓培训班其实都是很虚的，陈亮根本就没有学到什么实际的过硬的厨师技能，只能炒炒快餐，唯一的好处是，得了个厨师证，于是陈亮便拿着厨师证去大型的娱乐城和中型酒店的厨房找工作。

接下来的一段时间，陈亮做过十几家高级餐厅的打杂工，月收入涨到400元，也慢慢积累了一些经验。

一个偶然的机，他进了武汉长江大酒店一百多人的厨房里打杂。

在打杂的间隙，陈亮不忘偷艺，他每天都去看做冷盘的师傅做菜，晚上还偷偷地把萝卜等凉菜带回家学雕刻，这样坚持一年多后就慢慢找到路子，悟出门道了。

没多久陈亮也当起了凉菜雕刻师傅。

在这之后的三年里，他还到厦门、海口、北京等城市做冷盘、凉菜雕刻师傅，月收入已经超过1000元了。

陈亮总是希望通过自己的努力改变自己的贫穷，没有真正穷过的人是不会体会那种渴望摆脱贫穷、渴望成功的激情和斗志的。

然而，俗话说，有钱男子汉，无钱汉子难。

对2000年之前的陈亮来说，生活依然是贫穷的，因为没有什么天大的好机会降临在一个普普通通的小厨师身上。

但是他渴望成功的心是不死的。

这是一种信念，一种渴望改变的信念。

这个穷少年当时的人生理想就是要赚钱，要赚很多很多的钱。

<<人者为王之谋事在人成事也在人>>

媒体关注与评论

健琪饮料是针对年轻人市场的饮品，2010年销售已到15亿，超过了王老吉。

在选择营销公司上，陈亮跨媒效果营销与我们五年来一直在合作，从当初的基础合作，到现在的战略联盟，深度越来越紧密。

——前王老吉营销总经理 / 健琪饮品总经理 张淳陈亮跨媒团队专注研究年轻人的生活形态，新的传播模式，新的营销商业形态。

这样的研究心态和分享精神值得学习。

我们和陈总一起探索市场，共同发展。

——中石油广东副总裁 罗伟政陈亮和他的团队是我们营销发展上的合作伙伴。

我们今年年营业额已到6亿的市场规模，希望能合作出更好的成绩。

我相信，这本书对于追求梦想的企业家一定会有所帮助的。

——中国焗鸡行业领军品牌 / 无穷盐焗鸡食品董事长 郭伟钦陈亮从广告业务员成长为大学课堂上的企业家教授。

他的故事书写着传奇，相信这本书能帮助每个追求成功的人。

——9098com商机网总经理 李晓明我是陈总的学生，我第一次接触陈总的演讲就被他的励志精神所感染，我觉得他是影响我一生的人。

——专业设计顾问 钟全广营销的成效源于心的响应。

在这本书中，陈亮先生剖出自己的一颗心，这种态度是认真、真诚的。

其营销的实践也是以实效为先，这种追求令人赞赏，这种心态更令人动容。

——知名营销专家 / 南方企业家杂志主编 段传敏人们对80后的评价好像负面的多一些，什么“垮掉的一代”，“最叛逆的一代”……，但我从陈亮的身上却更相信另一种观点，即任何时代都会有那么一些人，通过他们自身的不懈努力，而顺带让世人对他们所代言的时代无限憧憬！

——原风驰传媒副总 / 中国十大策划人 / 张晓岚营销策划中心董事长 张晓岚陈亮身上这份坚持的学习力其实更是一种可怕的力量，我一直说，陈亮是谁，是可怕的陈亮。

——格力电器产品营销顾问 / 鼎健策划公司董事长 张鼎健

<<人者为王之谋事在人成事也在人>>

编辑推荐

《人者为王之谋事在人成事也在人》：穷小子到营销专家的传奇成长，谋事在人，成事也在人的励志人生，向世界广告大师奥格威看齐。

企业总裁，身边的朋友，同行专家.....，八名资深人士，10年亲自见证。

锦坤品牌研究院系国务院发展研究中心、上海社科院、复旦大学、中国经济出版社、上海锦坤传播机构等多家机构联合成立的非盈利性质的独立的第三方品牌研究院，专注于为中国企业、政府及组织的品牌建设、成长、发展及壮大提供案例分析、课题研究、专题报道、专著撰写、智慧支持和智力保障。

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>