第一图书网, tushu007.com

<<影响人一生的100个营销寓言>>

图书基本信息

书名：<<影响人一生的100个营销寓言>>

13位ISBN编号：9787801459640

10位ISBN编号：7801459644

出版时间：2005-9

出版时间：光明日报

作者：陈志刚

页数：210

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

内容概要

《影响人一生的100个营销寓言》精选100个关于营销的寓言故事，它们蕴藏着许多哲理与智慧，内容涉及市场定位、营销策略、价格、市场推广等多个层面。
通过它们，读者可以轻松学习营销理论、方法和技巧。
同时，编者通过编写体例、版式设计和插图的有机结合，帮助读者提高阅读效率，并营造一个愉快的阅读氛围。

书籍目录

NO.1 老鼠的教训——面对机会不要武断，事先做好调查研究. NO.2 塞翁失马——记住，危机和机遇互相转换 NO.3 海市厦楼——机会后面也许隐藏着危险 NO.4 鹰和寒鸦——认识自己，是企业走向成功的前提 NO.5 兄弟争雁——抓住转瞬即逝的良机 NO.6 认猫为友——营销战略土认清朋友和敌人 NO.7 青鬃马——生于此忧患，死于安乐 NO.8 单眼鹿——勿掉以轻心，要防范风险 NO.9 夜走遇虎——再强大的对手也有弱点 NO.10 狐狸的甜言蜜语——赞美背后很可能是阴谋，小心营销陷阱 NO.11 注意秃鹰——良性竞争，和平共处更可取 NO.12 驴子的勇气——勇气是挑战者所必备的，但光凭勇气远远不够 NO.13 两虎相斗——选择参与竞争的合适时机 NO.14 生肖大赛——致力于建立企业的竞争优势 NO.15 借助牛力——学会以己之长，攻彼之短 NO.16 涸泽之蛇——商场不完全等同于战场 NO.17 山羊的代价——失去诚信，受损害的是自己 NO.18 三虱相讼——竞争对手也有合作的时候 NO.19 驴和骡子——帮助陷入困境的合作伙伴 NO.20 可笑的磨坊主——别指望让所有人都满意 NO.21 猪妈妈吃闭门羹——从自己身上找原因 NO.22 仙人掌中的水分——随消费者而动，没法去满足 NO.23 爬山虎——消费者才是影响营钟决策的关键因素 NO.24 肉店老板——去了解消费者 NO.25 徒劳的北风——谁都不愿意被别人改变，消费者更是如此 NO.26 鲁人养鸟——把产品的“ 最佳特点 ”告诉消费者 NO.27 投牛所好——把消费者的需求同一化，在产品至上的今天已行通 NO.28 金钩桂挂——给予消费者实际利益 NO.29 牧羊人和野山羊——老顾客更有价值 NO.30 牧童和狼——消费者月土一次当 NO.31 驴的老把戏——耍诡计是要付出代价的 NO.32 猎人和狼——想办法让普通顾客变成忠诚顾客 NO.33 养羊和养鸡——随消费者的需求变化“ 与时俱进 ” NO.34 鸭子姐妹的万幸——改变没有什么不好 NO.35 拜见皇帝——与消费者对话要做好准确的市场定位 NO.36 猎人和狗——没有永远的利益，只有永远的关系 NO.37 羊皮不是久留之地——为市场调研辩护 NO.38 鼹鼠的先见之明——一线人员的意见不容忽视 NO.39 书生赴宴——没掌握详细资料就不要轻易下结论 NO.40 寒号鸟与大雁——长期努力，树立企业形象 NO.41 井蛙——不应该仅把眼光盯在国内 NO.42 盲人摸象——营销要有全局观 NO.43 豺狼舔血——营销近视症 NO.44 任公子钓大鱼——坚持就是胜利 NO.45 龟兔赛跑——形象建没不能一蹴而就 NO.46 蚂蚁攻城——人有远虑，未必无近忧 NO.47 螳臂挡车——光凭勇气还远远不够 NO.48 猎人被吃——营销要学会“ 十八般武艺 ” NO.49 可怜的白鹭——考虑正反两方面的影响 NO.50 猎人造渔网——学习国外.. NO.51 扛竹竿进城——理性对待营销资讯 NO.52 聪明的甘道夫——考虑一下退出壁垒 NO.53 南海人赠蛇——营销要庄重本土化 NO.54 吃鸡的猫——维护大利益，容忍小弊端 NO.55 亡羊补牢——发现问题时及时改正 NO.56 猴子的教训——小心模仿让企业走向衰亡 NO.57 蚯蚓和蟒蛇——模仿出自己的特色 NO.58 猴子和骆驼——追随者应重新定位 NO.59 人云亦云的八哥——独特的定位有励于企业成功 NO.60 画蛇添足——营销不是给消费者一个完美的产品 NO.61 池塘边的鹿——产品的价值不在好看的外表上 NO.62 买椟还珠——重视产品包装 NO.63 被戏耍的老猫——处理衰退期的产品不能懈怠 NO.64 防冻手的药——好产品要找到对应的市场 NO.65 取名不当——产品需要一个响亮的名字 NO.66 兔子和兔农——爱之深，恨之切 NO.67 采灵芝——不是没有人才，而是要懂得选才的方法 NO.68 演讲者——营销选才不能当看其是否能说会道 NO.69 猎鹰擒鹏——营销帅才的作用不容忽视 NO.70 拖小车——营销要有团队精神 NO.71 马和骑师——营销要注重管理 NO.72 经理喜细腰——用正确的方式激励下属 NO.73 歧路亡羊——营销传播中，单一信息更有效 NO.74 愚公移山——营销传播要持之以垣 NO.75 南辕北辙——并非只要有精彩的广告创意就够了 NO.76 猫和狐狸——少就是多，简单就是美 NO.77 走近狼的狗——圮住，人们对未知的东西普遍感到恐惧 NO.78 马价十倍——妥善利用名人进行营销公关 NO.79 杰米杨的汤——广告播放频率要有度 NO.80 披上虎皮的羊——假的永远是假的 NO.81 老槐树的教训——面对公关危机，正规并承认错误 NO.82 猎狗被杀——面对公关危机，要澄清事实 NO.83 饥饿的狐狸——在危机出现前预备好应对方案 NO.84 农夫收庄稼——把眼光放长远，别过于注重眼前小利 NO.85 许金不酬——营销应慎承诺 NO.86 被捕的乌鸦——诚信就是最好的公关 NO.87 森林之王——采取积极措施重建信任 NO.88 金斧头——面对短期回招的诱盛，烙守商业诚信 NO.89 大树和芦苇——大丈夫能屈能伸 NO.90 昙花和鸡冠花——对消费者来说，美好的形象是一种情感利益 NO.91 蚂蚁学飞——正确对待失败 NO.92 惭愧的兔子——成功时要保持清醒的头脑 NO.93 被困的水怪——必要时，拉下面子，接受援助 NO.94 据“ 经 ”寻马——理论的意义在于指导实践 NO.95 河豚发怒——不能忽视企业营销行为的客观

环境 NO.96 邯郸学步——照搬别人经验不可取 NO.97 刻舟求剑——-随环境而变 NO.98 南郭将军守成——营销需要理论，但是光有理论是远远不够的 NO.99 空中楼阁——营销变革更适合采用渐进式 NO.100 郑人买履——走创新为主的道路，引领营销潮流

章节摘录

插图：住在浅井中的一只青蛙对来自东海的巨鳖夸耀说：”我生活在这里真快乐呀！
高兴时，就跳到井外面，爬到栏杆上，尽情地蹦跳玩耍。
玩累了，就回到井中，躲在井壁的窟窿里，舒舒服服地休息休息。
跳进水里时，井水仅仅浸没我的两腋，轻轻地托住下巴，稀泥刚刚没过双脚，软软的很舒适。
看看周围的那些小虾呀、螃蟹呀、蝌蚪呀，谁也没有我快乐。
而且我独占一井的水，尽情地享受其中的乐趣，这样的生活真是美极了。
您为什么不进来看一看？
”巨鳖接受了井蛙的邀请，准备到井里去看看，但它的左脚还没有跨进去，右腿已被井的栏干绊住了，只好慢慢地退回去，站在井旁边给青蛙讲述海的奇观：“海有多大呢？
即使用千里之遥的距离来形容也表达不了它的壮阔，用千丈之高的大山来比喻，也比不上它的深度。
夏禹的时候，十年有九年下大雨，大水泛滥成灾，海面不见丝毫增高；商汤的时候，八年有七年大旱，土地都裂了缝，海岸也丝毫不见降低。
不因时间的长短而改变，也不因雨量的多少而增减，生活在东海，那才是真正的快乐呢！
”井蛙听了，吃惊得好半天也没有说出话来。
它这才知道自己生活的地方是多么渺小。

编辑推荐

《影响人一生的100个营销寓言》：小寓言，大道理，小寓言，大启悟，小语言，大思维。

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