

营销天才



[营销天才_下载链接1](#)

著者:菲斯克

出版者:企业管理

出版时间:2008-3

装帧:平装

isbn:9787801979247

《营销天才》主要内容：今天，你得是天才方能做营销。市场出人意料地复杂，客户要

求提高，竞争又如此激烈。营销部门要具备创造性思维，洞察客户的内心世界，才能给企业带来优势。然而，它必须把这一点与严格的商业分析结合起来，因为后者才有助于战略、创新和利润增长。

从Apple的远见卓识到Zara的深刻分析、Nike的热情、JonesSoda饮料的高傲、Jet Blue的企业家精神和Agent Provocateur公司的澎湃激情，今天的著名品牌和营销人所想所为各具特色。

营销天才之所以是天才就在于其有能力将企业内外、市场和企业、客户和股东、创造力和分析、承诺和现实、今天和明天联系在一起。像爱因斯坦和毕加索这样的天才营销人能够以更富想象力的方式施展自己的天赋。他们左右脑并用，把握最佳的机遇，进而从人群中脱颖而出，成为企业的领导者。

营销专家彼得·菲斯克的这本见解深刻、扣人心弦、极具启发意义的书中，汇集了当今营销领域的挑战和机遇，在书中你可以与Apple的史蒂夫·乔布斯（Steve Jobs）、Amazon的首席执行官杰夫·贝佐斯（Jeff Bezos）、eBay首席执行官梅格·特曼（Meg Whitman）、Nike的创始人菲尔·奈特（Phil Knight）等营销界传奇人物交流思想，学习他们的经验，从而使你懂得如何将自己的营销天赋运用到实践中，去创造非凡的业绩。

如果你愿意，你也能够成为营销天才，准备好了吗？

不管你是一名传播专家或者市场研究员，品牌经理或者产品研发人员，营销经理或者首席执行官，这《营销天才》都是适合于你的。无论你是在战略部或者财务部，还是销售部或者客服部工作，你都会发现这《营销天才》极其有用。它是为每一位在商海中拼搏的人准备的，必将助其成就一番事业。

作者介绍:

作者介绍

彼得·菲斯克不但是世界公认的战略学家、营销专家和经管作家，而且是一位在客户、品牌、战略以及创新方面富有感染力的演说家。他曾在可口可乐公司、微软公司、沃达丰公司、英国航空公司等世界知名企业任过职，曾任世界上最大的营销专业机构——市场营销协会的首席执行官。

目前他与别人一起成立了一家名为Foundation的战略创新公司，帮助客户发展壮大他们的生意。通过从客户的视角观察这个世界，彼得帮助这些公司的领导者看到了与以往不同的东西，并且制定出公司的展望与战略、信念与能力，最终实现不平凡的成就。比如，让METS公司重新把重点放到零售上去，帮助大众公司重新设计了客户程序。

菲斯克还是《FT管理手册》（FT Handbook of Management）和《完全CEO》（The Complete CEO）两本书的合著者。《商务战略研究》（Business Strategy Review）在2006年把他列为当今商务思想家（Business Thinker）中的翘楚。

目录:

[营销天才_下载链接1](#)

标签

营销

市场营销

商业

市场营销学

职场

营销管理

经济

经典

评论

2012.12.24-2013.3.8 三分，不能更多。

作者的思维跳的快，给人感觉有点乱，但是能学到不少东西。

2010年4月借于南理工图书馆

很牛逼的书好吗？！

分不清谁抄袭谁的了，大部分的营销战略都曾领教过。

真的很一般，不知所谓

可以说是营销的入门必看书籍

天才=智慧+想象力。有人说，营销是一门伟大的艺术，它既要左脑环环相扣的逻辑推理，同时也需要右脑天马行空的大胆想象。这是一本奇书，堪称营销案例与创意的经典大作。

案例多，现在看案例都老了，不过都是经典案例，但编书的也把这书编得太乱了吧三个星

呵呵。我信了你的个邪！

[营销天才_下载链接1](#)

书评

场景营销目的是让用户产生共鸣，完成品牌的传播和产品销售转化，主要有以下五种

- 1、仪式感：就是设置特别的流程，举办仪式，以彰显某件事情特别重要。
- 2、代入感：就是参与者沉浸在场景中，引发了他的情绪共鸣。
- 3、时代感：有时代感，就是场景要借助与时代相关的道具或活动 4...

美国人写书，总是乱七八糟的...不过这种装傻的天真，总比故作深沉状好一些...读书多了，觉得有用的书其实蛮少...没关系，读一读吧。

营销天才_下载链接1