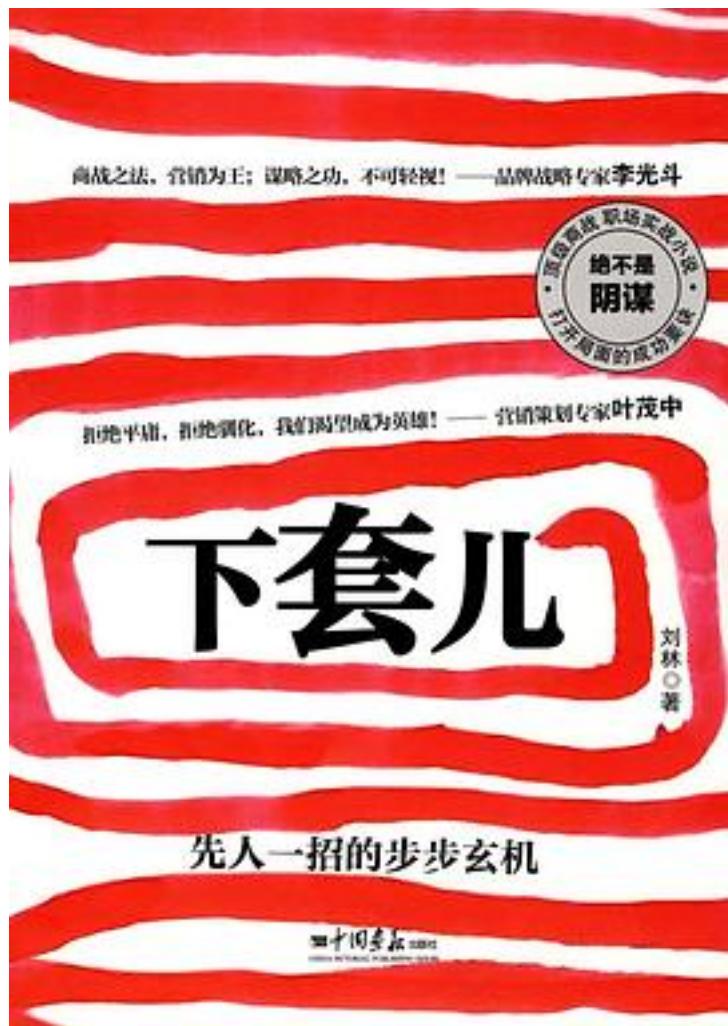


下套儿



[下套儿 下载链接1](#)

著者:刘林

出版者:

出版时间:2010-5

装帧:

isbn:9787802207103

《下套儿》是一本以现实场景和真实案例为蓝本、以作者亲历为基点的小说，把商战中

的战略、营销、策划、公关等各个环节的针锋相对、生死博弈描写得淋漓尽致——北京佳佳能公司老板胡大壮从外企挖来营销高手宿岱岩，并将其派驻至太阳能热水器必争之地，以期打开市场。宿岱岩精心策划，屡出奇招，硬是在早已饱和的市场中，撕开了一道口子。而原本在此地三足鼎立的同行巨头，面对佳佳能这条半路“鲶鱼”的咄咄逼人，只能各显神通，使出浑身解数——

谋略战、技术战、价格战、人脉战、战战不停！

谣言门、间谍门、质量门、生死门、门门杀机！

卧榻之侧，岂容他人鼾睡，一场捍卫荣誉与利益的商业大战随即爆发……

作者介绍：

刘林，笔名焚书煮月，男，山东济南市人。1997年大学毕业于经济贸易管理专业。曾先后供职于国企、外企、大型民营集团担任高管，擅长连锁企业的战略企划以及资本运作，有多个行业的成功案例，现为美国格里集团专家顾问团成员，同时兼任十余家大型企业的战略顾问。

作者出版的小说《职场风雨飘》被誉为职场入门指南，《绝对角力》、《藏药战争》被称为行业营销策划宝典。作者也被冠以“商场职场双料精英”、“实战专家”。

目录：

[下套儿 下载链接1](#)

标签

营销

商战

先人一步

职场

管理

一本有关营销方面的书籍

热水器

评论

将寻隙做了实例化的演绎

一本有关营销方面的书籍，书中描写并没有像书名给人的第一感觉，主要是电器行业的创意营销方面的故意。

比较有一线的实战性，身临其境。

面向终端客户营销、策划的一本好书，利用上周出差期间，断断续续用了一周的时间读完全书。

个人观点认为：对于初入门不久的营销人或面向终端客户消费品行业的职业经理人，有较多可借鉴之处。

书中通过故事情节的发展，很自然的溶入了企业管理、公关危机处理、营销策划、领导力等诸多方面。下面对以上书中突出几个重点方面谈谈自己的看法：1)

企业管理：通过故事情节的精彩过渡、引入一些枯燥乏味的有关管理分析工具与方法，如：SWOT分析、鱼骨图、九型人格等分析。寓教娱乐中让读者颇有收获。2)

公关危机：提到在市场竞争中一些措手不及、而又不可避免的公关危机。前半段情节比较真实、精彩，后半段把与商战对手郑九州这个人物写的有点过于富有“江湖”意气了。也许商战中确有这样的人，但现实环境中，这样的人、事真是太难遇到了。因此，认为本故事情节中的后半段富理想化色彩更多一些，这段故事情节，也很容易看出作者是个很有营销策划经验的人，但在多年的市场竞争环境中，还保留着难得的品质。3)

营销策划思路：作者在实际生活中，应该是很敬业的，故事中的主人公在生活中无时不刻地提炼来自现实生活圈里的策划灵感。我也终于理解了一点，为什么周围搞策划的朋友为什么在谈话中都神精兮兮，动不动就冒出个灵感、发现个商机之类的。原来，真正的灵感、源于生活。4) 领导力：关于主人公与boss

胡之间的博弈，我初步归纳到领导力范畴里面了。关于这一点理解是与作者不同的，对于boss到后来逐步收权、使主人公变成名副其实的策划总监或者说分公司老总，这个结果，我觉得不仅是老板听信谗言，也与作者战的高度不够、领导力不足、不能充分理解老板的心思去执行管理有关。否则，这样一个得力助手，对于企业发展起到很好的推动作用，老板怎么会舍？！

读了几十页，看不下去了，强拼硬凑出来的情节，莫名其妙的偶遇。Pass。

很不错

对我的工作很有启示

很好 很强大

[下套儿](#) [下载链接1](#)

书评

面向终端客户营销、策划的一本好书，利用上周出差期间，断断续续用了一周的时间读完全书。

个人观点认为：对于初入门不久的营销人或面向终端客户消费品行业的职业经理人，有较多可借鉴之处。

书中通过故事情节的发展，很自然的溶入了企业管理、公关危机处理、营销策划、领导

...

[下套儿](#) [下载链接1](#)