

# 《营势》

## 图书基本信息

书名：《营势》

13位ISBN编号：9787301255675

出版时间：2015-4-1

作者：李骏

页数：220

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《营势》

## 内容概要

这是一本系统论述如何低成本、高效率打造品牌的原创理论和原创思想的专著，更是一本涵盖企业营销战略、策略、实操的品牌运营心法。该书立足于作者20余年的品牌操盘实践，以四季沐歌的快速崛起为样板，层层展开，深入剖析，全面总结了品牌从低谷一步一步登顶的真实崛起历程。

该书重点围绕“无边界创新整合”的核心思想，从“顺势、借势和造势”三个方面来系统阐释如何营势，提出了“在营销世界里只有认知、没有真相”的独到观点，最终实现“改变消费认知，重建消费者心中的真相”这一目的。

本书旨在解决以下问题：

- (1) 如何快速、低成本颠覆现有的消费认知？
- (2) 同样的资源、舞台，如何摆脱平庸、脱颖而出？
- (3) 快节奏的激烈竞争时代，如何才能后来居上、快速上位？

## 作者简介

李骏  
四季沐歌集团公司总裁，第十一届全国青联委员，中国青年企业家协会常务理事。  
战略资源整合专家，“无边界创新整合”“营销3.0”“营势”等营销原创思想的提出者和积极践行者。  
从事家电行业10年，太阳能行业13年。先后创造性推出了“乡镇割草”“城乡联动”“村晚营销”，大规模复制推广了“薛华决心墙”“LV模式”“立强五会合一模式”“新密模式”“麻城模式”“以废换金模式”等实战型营销模式，在全国连续三年发动过大规模的“三联行动”“百团大战”，成功打造“阳光创业”和“阳光助学”两大公益活动品牌，通过连续七年每年上万场活动的实践，成功总结提炼出破解中国三、四、五级市场营销难题的秘诀。  
由他提出的“无边界创新整合”理论和“营势”理论，推动四季沐歌踏上了速度冲击规模的快速发展之路，案例入选中央电视台及中国传媒大学合编的《中国优秀企业案例库》。  
相继荣获2014年度影响中国十大品牌贡献人物、2013年度营销金鼎人物、2012年度影响力CBO、第六届杰出营销风云人物奖、共和国新能源行业十大新锐人物、2009年度中国十大最具成长性CEO、2009品牌中国年度人物、2008太阳能行业年度人物等多项桂冠，成功率领四季沐歌集团从行业边缘一跃成为行业产销三冠王，被业界誉为“光热新能源行业第一品牌操盘手”。

## 书籍目录

## 营势：后来者居上的破局秘诀

## 目录

第一章 势与营势.....	1
关于势.....	3
关于营势.....	13
第二章 营势就是做整合.....	33
无边界创新整合理论与“三个凡是”.....	35
牵手北大，定出身.....	57
携手航天，嫁豪门.....	61
借势低碳，扬帆起航.....	69
借力央视，晋级贵族俱乐部.....	71
缔结世界500强，从伴舞到共舞.....	82
围绕品牌使命做整合.....	86
第三章 营势就是聚能量.....	97
聚焦一个点饱和轰击.....	99
用速度袭击市场大鳄.....	116
用规模冲击消费认知.....	124
密集分销，积聚势能.....	130
第四章 营势就是建模式.....	139
乡镇割草模式.....	141
城乡联动模式.....	150
粮食换太阳能模式.....	154
会议营销模式.....	156
“村晚”模式.....	157
客户主动登记模式.....	158
第五章 营势与平台思维.....	161
造平台就是打造生态圈.....	163
微创业平台.....	177
“乡镇综合体”平台.....	180
社区O2O平台.....	182
“城市热水银行”平台.....	186
平台化运营，做品牌运营商.....	190
结语 营势是一个开放的体系.....	195
附录 品牌营势体系.....	199
致谢.....	205

## 《营势》

### 精彩短评

1、看完了，大体还凑合吧。最喜欢的一句话：观千里不能自顾其耳，举千钧不能自拔其身，非目的疾、力不及也，势也。缸中水有形无势，水若得势，排山倒海。不得势则借势，借天势、地势、人势

。。。。  
2、把一个边缘企业，带到行业第一，靠的是什么？  
如何抢占农村市场？

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)