

# 《新战略营销》

图书基本信息

# 《新战略营销》

## 内容概要

面对瞬息万变的企业间销售行为，这本堪称商业经典名著的全新版本提供了许多最新的详实案例和最新的竞争应对战略，同时，你也可以看到一些极具特色的问题，而这些问题就是从米勒·曼曼为若干国际知名的企业和组织所举办的专题研讨班中荟萃出来的。

史蒂芬·E.黑曼，是一位国际知名的营销专家，其在营销领域拥有30多年的实际工作经验。在20世纪70年代，黑曼作为IBM的国内客户销售人员，曾使公司的销售业务上升了3

# 《新战略营销》

## 作者简介

史蒂芬·E.黑曼，是一位国际知名的营销专家，其在营销领域拥有30多年的实际工作经验。在20世纪70年代，黑曼作为IBM的国内客户销售人员，曾使公司的销售业务上升了35个百分点；后来他在Kepner-Tregoe担任过营销主管，在北美货运公司担任过4年的执行副总裁，在任职期间，他使公司的销售和利润增长了36个百分点；1978年，他与合作伙伴罗伯特·B.米勒一起组建如今国际知名的米勒·黑曼有限公司。在该公司中，他一直担任董事长和首席执行官的职位，直至1988年退休为止，目前，他现仍担任该公司的董事会主席。

# 《新战略营销》

## 书籍目录

译者序

原序

既然尚未破旧：隐藏在《新战略营销》背后的“为什么”

第一部分 战略营销

第二部分 铺设战略分析的基石

第三部分 普通的问题与不普通的解决方案

第四部分 战略和领域：关注你的双赢客户

第五部分 战略和领域：安排你的销售时间

第六部分 从分析到行动

20年后：对客户那些最具挑战性的问题的答复

# 《新战略营销》

## 编辑推荐

面对瞬息万变的企业间销售行为，这本堪称商业经典名著的全新版本提供了许多最新的详实案例和最新的竞争应对战略，同时，你也可以看到一些极具特色的问题，而这些问题就是从米勒·曼曼为若干国际知名的企业和组织所举办的专题研讨班中荟萃出来的。

## 精彩短评

- 1、如果早点看这本书，行为更具规划，应该收获更多
- 2、策略性销售，适合复杂销售
- 3、骗人的学问其实最有用

# 《新战略营销》

## 精彩书评

1、最近看了史蒂芬E黑曼写的《新战略营销》。里面提出了“复杂营销”的概念，并对此提供革命性的应对方案。书中讲道，营销和销售不再只是双方买卖两人说了算那么简单，双方通常会涉及四个人以上，甚至还会使得第三方出现进行干预。书中把这四类人分别称为：经济采购影响者（决策权拥有者），用户采购影响者（最终应用者），技术采购影响者（技术的发言人）和指导人员（全方位的评估）。书中革命性的针对方案就是将己方阵营也分成与之对应的四块，然后“轮番轰炸”既可提高准确性又提高了效率。这种布局式的战略安排的确比依靠一个销售人员使尽浑身解数科学许多。看似简单的销售，后面也隐藏如此多的要数。这点让我联想起了中国式的婚姻。在中国销售与婚姻类似，都处于拔河状态，一根绳子连接的不仅仅是那面对面的两人，而是牵动着更多人的利益和感情。销售的主角不再是决策人和推销员两个人，婚姻不是小青年两个人的对口相声。把黑曼的营销名词借用到婚姻中：在开明的家庭里经济采购影响者和用户采购影响者是同一个人（青年本身），技术采购影响者（父母），指导人员（亲密的知己或兄长）。在父母专政的家庭里父母可能就集经济采购影响者和技术采购影响者两个角色于一身。无论是销售还是婚姻如果忽视其他参与者，即使签订协议也容易出现问題，因为决策时没有征求各个方面的意见，没有将他们的利益和感受考虑在内。借鉴营销的思想，婚姻不能全盘依靠战术（比如瞒天过海，呵呵），在战略上也应及时做出调整，真诚的关注和接触双方的亲人尤其是上述四个角色。我想这样更加适合寻找并保持幸福美满的情感生活。将白头偕老写在故事的最后。

## 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)