

《有机营销术》

图书基本信息

书名：《有机营销术》

13位ISBN编号：9787513640920

出版时间：2016-1-1

作者：因为策略

页数：270

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.tushu111.com

《有机营销术》

内容概要

本书从广告的应用谈起，通过对各种市场行为的分析，构建了一个包含4个主体要素及44个子要素的营销系统，并形象地取名为“绞肉机”。在此基础上，作者按照从确定目标、发现问题、分析问题到解决问题的顺序，介绍了这一系统的应用，以及与公司内实际案例的结合。本书语言生动，案例鲜活，具有较强的实操性和可读性。

《有机营销术》

作者简介

因为策略咨询有限公司,是一家新型的综合性策略咨询服务机构,成立于2009年。在市场生态思维的指导下,公司分别在市场营销、企业管理和商业模式设计三个领域提出了“有机营销术”“生态管理观”和“循环模式论”三套系统的理论与方法,并形成了“绞肉机”系列操作工具,以此为主要依据与方法向中小企业提供市场营销策略、企业管理咨询和商业模式设计三个方面的策略咨询服务。

书籍目录

要聊的四件事（目录）

一、起 这是一个秘密

1. 我们我也想成为英雄

传奇的广告能满足人们成为英雄的情结，广告的光芒使它成了英雄的主义。但是，一切似乎又没那么简单。

2. 我们到底在干什么

理想中的广告光芒万丈，现实中的广告却五花八门。我们日常所做的、所见的广告，成功的未必是真的成功，失败的也未必是真的失败。创造市场奇迹的，可能并非广告本身。

3. 究竟是怎么回事

难道书上说的“广告的魅力”不存在吗？难道我们所看见的广告所成就的传奇是假的吗？广告人究竟有着怎样的私心，才使广告具有了神奇的光芒？这一切究竟是怎么回事儿，我们又该怎么办呢？

4. 也许，这个世界就错了

华尔街的喧嚣与中国经济的骄傲共同孕育了急功近利的广告，却忽视了广告背后的营销。这一切都谈不上对与错，其实也没有永远的对与错，我们所在的国家正在发生着巨大的变化。

二、落 事情本来的样子

1. 它到底是不是人

企业是包括营销在内的各种市场行为的主人，可是企业究竟是什么呢？它像人一样拥有五脏六腑吗？它也像人一样拥有灵魂与思想吗？

2. 不能再乱搞这些“关系”了

企业+消费者=市场，市场+营销=市场营销。市场营销是一个系统，这个系统中包含了至少四个大的要素和四十四个小的要素。各个要素之间的关系，以及营销与品牌、广告、终端、公关等关系共同促成了这个系统的运行。

3. 战场才是归宿

所有的行为都有一定的指向。营销系统的运行是为了走进人的心智，走进人的心智是为了实现营销的目标，实现营销的目标是为了实现企业的战略。

4. 生生不息

营销=种地。特定气候下，选择合适的土壤，埋下一颗种子，浇水、施肥、驱虫、防病。在循环往复中生生不息。

三、安 制造和使用工具

1. 哲学科学艺术

营销到底是一门哲学，还是一门科学，抑或是一门艺术？它们三者到底有着什么样的关系？我们应该如何看待及使用营销系统？

2. 自我催眠

通常我们所设定的目标，可能并非企业真正需要实现的目标。要想真正抓住目标，并把握住这一目标的本质，我们需要的可能是：自我催眠。

3. 从探索到发现

解决问题的前提是发现问题，而通常我们所发现的问题，仅仅是问题的表面而非问题的本质。本质隐藏在各个营销的要素当中，我们需要的是以客观、翔实的信息还原营销系统本来的样子。

4. 从创意到生意

从现象中发现本质，我们才能找到解决问题的创意；再通过本质去制造现象，我们才能在现象中产生生意。因为现象可以很容易被人感知，被感知了的才可能走进人的心智。

5. 谁的“绞肉机”

“绞肉机”是一个思维模型，是进行有机营销的一个工具。它可以万能，但并不一定万能，能与不能，取决于它掌握在谁的手中。

6. 演习即实战

三个快餐摊，200元营销费用，两周的时间。如果以提高营业额为核心目标，我们应该怎么做？对于“绞肉机”这一思维工具，又该怎么用？

四、妥 人为大

1.谁牵着谁的鼻子

人所承担的使命决定了人的价值，而工具服务于人。目标牵住了人的鼻子，人要牵着工具的鼻子。在运行一个营销系统时，人，才是最核心的因素。

2.应该和谁过不去

人的能力决定着营销的质量，而向内的生长是一个永恒的过程。同时，一个人的成长也无法代替一群人的进步。毕竟，大家好才是真的好。

后记 我们

附录 参考文献

《有机营销术》

精彩短评

- 1、理论太多，例子太少，觉得太空了！
- 2、从营销“是什么”，到营销该“怎么做”的系统解析。在读所有的营销类书籍之前都应该先看看这本书。
- 3、框架拉的可以，有抽丝剥茧过程，举例子、演绎方面做的太差
- 4、从追问广告的力量开始，一层一层的揭开神奇力量背后的那个极其复杂的系统——营销系统。发现、呈现、还原、运用。通过不断的追问现象所指向的本质，找到影响一个企业、一款产品生生死死的最终的答案。
- 5、呵呵，营销对于我来说有点难，但我还是用心读完了，有点晕头转向...
- 6、因为标榜的市场“生态”思维所买，虽不多案例，但是思考逻辑和角度是值得学习和参考的。
- 7、光是书名就吸引了我，“有机”一词用在营销书里还是挺新鲜的，读完后才发现原来营销的系统真的很庞大！从什么是营销到怎么做营销.....总归都是想还原到事情本来的样子！真的需要时间消化！
- 8、当当网上无意中看到的，翻了一下，干货很多，值得一读！
- 9、读了1/3，觉得说的内容太空泛，读不下去。简单的地方举了很多例子，复杂的地方反而一个都没有.....
- 10、抱着来一疗程试试看的态度翻开这本书，竟然有意想不到的效果。这本书还原了一个由4个要素及44个子要素构成的营销系统，并且提出运行这个方法。提出了市场生态思维，营销工具绞肉机。都是很新鲜、很有意思的想法，并且符合现在市场的发展规律。很有意思。干货很多，还在努力消化中。
- 11、营销真的不是想象的那么简单。
- 12、学术款？碎碎念？不那么烧脑。不建议买...
- 13、读完了，从理论到用于实践的模型，很实用，无论用于指导营销还是做管理工作，都值得读很多遍。
- 14、读书日读的还不错。没读完，继续中！

《有机营销术》

精彩书评

《有机营销术》

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.tushu111.com