

高度压力下的成长：从高级企划到营销副总的跨越 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E9_AB_98_E5_BA_A6_E5_8E_8B_E5_c123_288184.htm 回想起自己的职业经历，真不敢相信自已，现在竟经常出入于优秀的企业之间，指导企业的营销员、营销经理、营销总监调整营销思路，改善营销方法，为企业进行营销诊断和营销咨询，帮助企业做营销培训。刚出校园的我，绝对是一个见了陌生人就会脸红的人，更不用说在公众场合表达自已观点。是什么改变了我？是什么经历让我从不自信到自信，从不善沟通到精于沟通，从不知营销为何物到精于营销策划与营销培训的营销咨询师呢？答案是：一次又一次企业提供给我的机会，一次又一次面临新的挑战，一次又一次的高度压力，一次又一次的学习机会。回想自己的10年职业经历，自己今天能达到这种状态，经历了无数次的坎，对我生涯贡献最大的一次坎是：2000年在A集团从高级企划到营销副总的跨越。A集团以饲料与肉制品加工为主，中国农业产业化龙头企业，1998年销售额达到8亿元。当时，在B市是最优秀的企业。作为在B市已经作了4年房地产策划，业界小有名气，加之房地产市场不景气，一股冲动，使我产生了想加盟A集团工作的念头。于是，1999年8月，我精心准备了10天，壮着胆，给A集团的总裁写了一封自荐信，向A集团总裁展示了自己的思路与才华，表达了强烈要求加盟A集团的愿望。9月，我得到了A集团的回复，约我到A集团去面试。到达A集团，面试我的正好是A集团的总裁，在交流过程中，我一付初生牛犊不畏虎的态度，强烈的上进心，以及策略性的回答问题，似乎打动了A集

团的总裁，年10月我如愿以偿的进入了A集团，担任A集团核心业务饲料板块的高级企划。从10月份开始到12月份，我每天与销售员、片区经理、经销商、养殖户呆在一起，向他们了解和学习饲料与饲料营销方面的一些知识，同时也不断去发现他们的一些不足。每个月，将一线调研的信息，结合个人的一些想法，都会为A集团总裁提供一份有参考价值的调查报告，其中也有很多关于A集团营销改进的建议与意见，总裁也采纳了我的一些意见，如针对养殖户，通过技术讲座、技术辅导等策略，拉动终端需求。2000年元月份，我正好在外面出差，忽然接到总裁办电话，要我赶快回公司，总裁有事找我。我匆忙赶回公司，总裁告诉我：集团准备以低成本扩张形式，在C市办一家饲料子公司，开发D省市场，决定派我去担任营销副总。来到C市后，我经历了生平最大的一次挑战，最大的一次现状与目标之间差距磨合：现状是自己对D省饲料市场一点都不了解，目标是要去规划、运作好D省饲料市场，在D省市场打开局面；现状是自己从来没有做过销售，目标是要去组建并带领一支营销团队去运作好一个空白市场；现状是A集团饲料品牌知名度在D省没有任何基础，目标是要带领自己团队将A集团饲料培育成家喻户晓的品牌；现状是A集团外办子公司营销模式没有任何借鉴，目标是要快速的将D省做成一个样板市场，摸索一条可以复制的子公司营销运作模式出来。既来之，则安之；要么不干，干就要干好。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com