

营销人职业生涯如何尽快成就自己 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__E8_90_A5_E9_94_80_E4_BA_BA_E8_c123_288186.htm 二十一世纪人类进入全营销时代，对营销人也提出了更高的要求。产品的高度同质化，市场趋于细分化常常使企业在冰与火的对决中难以找到希望的窗口，而产品的卖点、个性和差异化以及围绕他们的演变过程所形成的品牌理念常常考验着众多风雨兼程、激情四溢的营销人……现实生活中，很多营销人谈到现状时，总会说：“混吧！”不经意的一句话道出了他们心态的不平和。确实，一个心态不平静的营销人通常都会患有一年之痒，那就是一年工作N年的重复。当然，也有很多营销人，他们面对困境，鼓励自己“我痛，并快乐着”，平和话语却表达了不同营销人的人生观。一半是海水，一半是火焰，在两者之间的动荡与招摇里，营销人该如何规划好自己，怎样渡过一年之痒这道坎、又该怎样成为一名成功的营销人呢？蓝哥智洋首席顾问于斐先生根据自身立足于销售行业十几年的营销经验指出：只有通过科学合理的职业生涯规划，每一个营销人都应该知道自己适合做什么，应该做什么，不同的阶段我们自身的目标是什么以及结合自身的优势和劣势，才能成功实现自己各个阶段的职场目标。成功秘诀一：正确的定位 坚定的步伐 作为营销人，要想成功的经营自己，我们要明确职场生涯的目标，而明确职场生涯目标的最佳途径就是职业生涯规划。职业生涯规划指的是一个人对其一生中所承担职务、相继历程的预期和计划，包括一个人的学习，对一项职业或组织的生产性贡献和最终退休。个体职业生涯规划并

不是一个单纯的概念，它和个体所处的家庭，以及社会存在密切的关系。每个人要想使自己的一生过得有意义，都应该有自己的职业生涯规划，职业生涯规划的意义在于寻找适合自身发展需要的职业，实现个体与职业的匹配，体现个体价值的最大化。我们应该承认并正确对待我们在职业兴趣培养和职业生涯规划方面的不足和差距。为了弥补这一差距，可以从个体和社会两方面着手。

个体的自我定位 每个营销人对自身都要有一个客观、全面的了解，摆正自己的位子，相信自己的实力。现在有很多高校毕业生就业的时候，在用人单位面前缺乏勇气，对比较有把握的事情总是不能大胆接受，尤其是对一些自己向往的高职、高薪的单位缺少竞争的勇气，从而丧失理想的就业机会。清楚自己的优势与特长，劣势与不足，知道自己适合做什么，只有这样才能赢得竞争优势。为此，我们首先要准确的评估自己掌握的知识和技能；其次要善于剖析自己的个性特征，这是职业生涯规划的基础。

职业目标的确定 许多人在大学时代就已经形成了对未来职业的一种预期，然而他们往往忽视了对个体年龄和发展的考虑，就业目标定位过高，过于理想化。近几年，不少毕业生在职业选择中一直强调大单位、大城市和高收入，甚至为了这些不惜放弃个人的专业特长，不顾个人的性格和职业兴趣。同样，对于那些存有“这山望着那山高”心理的营销人，也是职业目标不确定的一种表现。盲目的攀高追求与选择不仅影响个人目前的就业，同样会对个体以后的职业发展造成不利的影响。对于职业目标的确定，需要根据不同时期的特点，根据自身的专业特点、工作能力、兴趣爱好等分阶段制定。市场在千变万化，营销策略在不断调整，营销人的脚步在

不断前进，但我们自身的职场目标不能经常变。有道是，无志者长立志，有志者立长志。成功秘诀二：适合的平台 坚韧的信念 营销人要经营好自己，需要找到一个适合自己发展的平台企业。不管你作为厂家的营销人，还是作为经销商，都要寻找一个或几个发展前景好、有实力的企业作支撑，就像大姑娘找婆家一样，作为一个营销人，如果连自己都推销不出去，卖个好价钱，又怎么能让别人相信你能做好营销呢。当然，一个好的平台必定有完善的用人机制，有着朝气蓬勃、积极向上的工作氛围和健康的企业文化，有适合营销人发挥才能的工作环境。事实上也正是由于联想集团、四川长虹的存在，才涌现出了像杨元庆、倪润峰等这样的行业精英。所以说一个好的发展平台对自己职业目标的实现至关重要。找到一个真正适合自己发展的平台对于营销人来说并非易事，所以一旦找到还是应保持工作平台的相对稳定，从而更有可能实现营销人本身的可持续发展。蓝哥智洋行销顾问机构做为业内一流的营销顾问机构，也有不少营销界的朋友，有的今年在北京，明年可能就在浙江，后年有可能到海南或深圳去了，跳来跳去最后可能连自己究竟要干什么都忘掉了，对自己能干什么也感到迷茫了。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