

企业成功营销 创新成为必然 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__E4_BC_81_E4_B8_9A_E6_88_90_E5_c123_288289.htm 客观条件具备了，
资历与能力具备了，天时、地利人和具备了，想不成功都难，
成功营销也是如此。就象一个人的财运一样，该属于他时，
想挡也挡不住。这是一个成功者即将走向成功时，必然要
经过的艰辛过程。市场营销是在买方市场到卖方市场过度演
变过程中，总结出的一套高级的理论与实践相结合的程序模
式，可研究与探讨的东西有很多。市场每时每刻都在发生着
变化，而市场营销模式运用的好坏与否，直接关系到营销人
员发挥能力的高低和营销的成功。成功营销是一种营销力的
胜利，也是一种途径一种方法，一个完美过程的胜利。每一
个营销人都梦想着成功，都努力使自己成功，浑身上下都被
成功的因素所包围着。可是，成功，对于每个人的标准不可
能相同，但有一点是相同的，那就是需要付出一定的劳动力和
劳动成本。没有一种力量支撑和营销必胜的决心，成功营
销则是空谈。那么，营销人的成功标准是什么呢？我认为首
先应该是业绩的成功。没有业绩的成功，就没有成功的支撑
和依据，就没有所谓成功的资本。而业绩的成功往往来自很
多因素。实践经验丰富、理论基础扎实，接受新营销模式的
能力强，能够根据市场的变化而随机应变的拿出应对策略等
等。营销是一门科学，也是一门艺术，她是兵法在市场竞争
中的具体运用；营销往往也意味着一种无声的商战，所在的
阵地就是没有硝烟的战场，而如今许多厂商都将中国传统的
《孙子兵法》、《三十六计》等兵法运用于商战。营销，同

时具有极强的挑战性和创新性。因循守旧，在营销中没有出路。“没有创新，就意味着失败”，已成为营销界的至理名言。要做一个成功的营销人，就必须对营销具有兴趣、创新和挑战的精神。有位大师说过：兴趣是最好的老师，兴趣等于成功了一半。要做好营销，就要做到眼观六路、耳听八方。善于从成功的案例中总结经验，从失败的案例中吸取教训。营销是一门多学科综合在一起的，具有很强科学性和策略性的款款的关系艺术，是多门学科在市场竞争中的具体运用。它涉猎的学科很广，如：经济学、管理学、心理学、美学、广告学、信息学等。孤陋寡闻、偏于一隅，就不能把握全局，当然也不会会在市场竞争的战役中，占领先机、取得胜利。这就要求营销人必须培养广泛的爱好，勤于学习，善于学习。不但要精通一门专业，还要了解、知道、略通其他多门专业和知识。这就是一种营销力的积累，是成功营销的有效保障。营销人员若想取得成功的方法与经验，就必须在一个较完善和全面的企业与产品的市场上锻炼打拼，梦想恰恰为希望成功的营销人员提供了一个很大的平台，提供了营销中环环相扣的这个循环链，即它是由生产商、经销商、分销商、终端卖场到消费者等链条组成的闭合回路。只有这样的企业才能给营销人员提供一个全面的营销平台，你才能知道一个产品的成功与否，是产品的问题，还是营销方式的问题，才能知道问题的根源，才能找到解决问题的办法。纵观世界上很多成功的营销人士，他们都有着强烈的进取心，极富创新精神和对营销持之以恒的兴趣和毅力。不断地学习知识，不断地积累经验；在干中学，在学中干。在我们现实身边，之所以很多营销人不成功，原因很简单：要么是理论知识不

足，要么是实践经验不够，还有就是知识和经验不能有机结合。在日本，要做一个成功的营销主管，除具备应有的基本素质外，都要在不同的企业，不同的行业，不同的岗位工作68年左右，然后再到著名的大学培训12年，专攻营销。试想，有着良好的心理素质，高层次文化知识和丰富的实战经验的营销人员，都已达到了较高层次，他们到市场上搏杀，岂能不成功呢？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