

一位营销总监的秘杀技 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_B8_80_E

4_BD_8D_E8_90_A5_E9_c123_288511.htm 最近，看到很多圈内的朋友，大部分干到省级经理、大区经理、分公司经理、部门经理的，在跃跃欲试，图谋有大的突破，有突飞猛进的发展，瞄上了市场总监、销售总监、营销总监的职位；甚或有几个刚做了区域主管两年的业代，也告诉我，他将来如何才能脱颖而出，成为营销总监。特别是经常上营销传播网的兄弟，最近被几篇关于营销总监的文章弄得神魂颠倒。成为营销总监果真那么有吸引力吗？有什么绝招成为营销总监？人人能成为营销总监吗？作者本着共同交流，共同进化的目的，把一些平常最管用但往往秘而不宣的体会和经验拿出来和朋友分享，希望以此为鉴，助你快速成长，早日心想事成。

秘杀技之一：成为营销总监，在与一念之间作为一名营销人，从某种程度上，营销总监是自己作为职业经理人的终极梦想，也只有成为了营销总监，才让自己真正成为稀缺资源，自我价值最大化。中国有一句古话，人人皆可为尧舜。毛泽东说，十亿人民皆舜尧。你真明白这是什么意思吗？实践证明，你相信，你有了想法，你真能实现。没有做不到的事，只有想不到的事。欲望的力量是无穷的。别忘了，一代伟人毛泽东也是一介农民出身。我周围农民出身，干到总监，干到董事总经理的大有人在，一是他们有很强烈的出人头地的欲望，二是他们义无反顾地毫不犹豫地去努力，奋斗，结果呢，理想都实现了。能否成就你成为总监的，不是别的，是你初始的想法。有些人就只想着挣点钱完事；还有的根本

不敢想，一句“那多难啊”，禁锢了自己的思想，也人为设限了自己的发展；看看混了多年，仍是业代、区域经理的占大多数，你就明白了。有一个道理放在这里最合适了，就是，“大多数事情不是我们不能干，而是对未知的事情的恐惧吓倒了我们”，小小营销总监职位也是这样。辩证地讲，都在恐惧和害怕的时候，反而成了竞争薄弱的区域，你还不撒开腿往前跑？成功就在眼前！同时，尽管稀缺，国内的总监群体也是相当大的，已构成了社会的一个脊梁。都是人，别人能干的，我们为什么不能呢？真的一定要明白一个道理，别人能干的，干了很长时间的，干得很成功了，这里面，已没有什么操作上的技术难题。只要坚信一点：别人会的，你一定能会，别人能干的，你一定能干，这就成功快了。秘杀技之二：精英铸就，识能为本 营销总监，作为一个职业符号，在你的职业生涯中，没有任何人会告诉你，我准备把你培养成营销总监，除非企业是你自己家族的。更多的是使用你，根据价值交换定律，你付出，你回报。往往付出大与回报，这也是职业经理人的宿命。除非你自己去创业当老板了。要明白，企业不会给自己请个领导来敬着，供奉着。让你来，大都是企业本位的考虑，让你干营销总监，是让你创造总监的价值，推动企业的进步和发展。至于，你不具备这个价值，你就不用考虑了。价值的铸就 and 累积，显然，是要靠自己的。这就是想成事的营销人必备的悟性。成龙的歌里有一句歌词，非常让人感动，“让海天为我聚能量”。金庸小说里有一种武功是“吸星大法”，非常适合营销人。就是要善于学习，从书本上、实践中、成功人士中、自我创造中，无时不刻，无所不在中学习，为自己积累能量。营销总监的识

能要求，有它的特殊性。作为根本，识能即：知识和能力，既是你价值的载体，也是实现价值的前提。能识结构决定你能走多远。要求专而博。既要有自己的专长领域，也相对要全面些。在知识结构上，营销方向上市场学、行业学的、营销诊断学的、策划学的、传播学的、管理学的等专业知识肯定要是专长了。同时，知识面又要相对博，社会学的、哲学的、心理学的、金融学的，一些传统兵法学，如鬼谷子之类，特别是毛泽东军事理论等，都要涉猎点。这里面有很多的乐趣，真正学习掌握了，你会知道其中的妙处所在。这也必将形成你的系统的竞争力。也是你优势资源的一部分。发挥主观能动性的关键是能力。能力结构更多的是一个动态提升的过程。在实践中不断总结和体悟，充分修炼“吸星大法”，没什么神秘的，但要一步一步来，逐渐积淀。干到总监级的时候，你光会跑销售，光会管几个人，光会写个方案，光会忽悠个客户，只是五官端正，玉树临风，千人迷是远远不够的。这时候的核心能力，一定要明确，是整合资源，调配资源，让企业资源升值的能力。企业内部的资源如产品的、理念的、资金的、人力的、机制的、决策者眼光的等等，外部的资源如市场机会的、客户的、市场趋势的、政府的，策划、广告、媒体等合作机构的、资本的、甚至竞争对手的等等，这些资源要靠你去整合，让资源去碰撞，去创造企业的目标价值，超值完成企业赋予你的责任。秘杀技之三：个性CIS，让你飞起来云云众生，茫茫人海，苍天为什么偏偏关注你？机遇为什么降临在你身上？天降大任，转八圈还是让你一人扛？为啥？如果你早已淹没，你肯定没有了机会。你没能淹没，是因为自觉不自觉地进行了CIS。CIS是个性的

彰显，形象的塑造，CIS使你与众不同，使你脱颖而出。CIS，地球人都知道，是企业形象识别系统。包括：MI:理念识别；BI:行为识别；VI:视觉识别。杰出的营销人，无不是善于策划包装自己，善于总结提升自己。一个连自己都推销不出去的人，怎么做企业的营销工作呢？更何况是要做营销领袖？推介自己首先要把自己弄明白，然后让别人弄明白你。前任香港行政长官董建华经常说，我是有理念的人，他为什么不说我是有钱的人呢？在香港最困难的时候，他以自己的亲身行动义无反顾地站在中央政府这边。还是他，我们看到的并永远印象深刻的是他那和蔼可亲的形象：雪白的平头，永远的微笑。同样，一个营销总监肯定是有规范CIS的人。理念上，个人定位，个人发展规划，个人价值观，人生观，对企业的理解，对市场的理解，对人的理解，对社会的理解，对趋势的判断，以及奋斗精神、风险意识等，是是否称职的关键元素。行为上，处理常规工作的做法和风格，处理危机事件的方略，营销机变前的敏锐把握和在先措施，为人处世的章法，对组织的推动和引导，等等，既要有行为的一般逻辑和规范，又要有自己的独特的更有效率的做派。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