华为干部管理方法论



华为干部管理方法论_下载链接1_

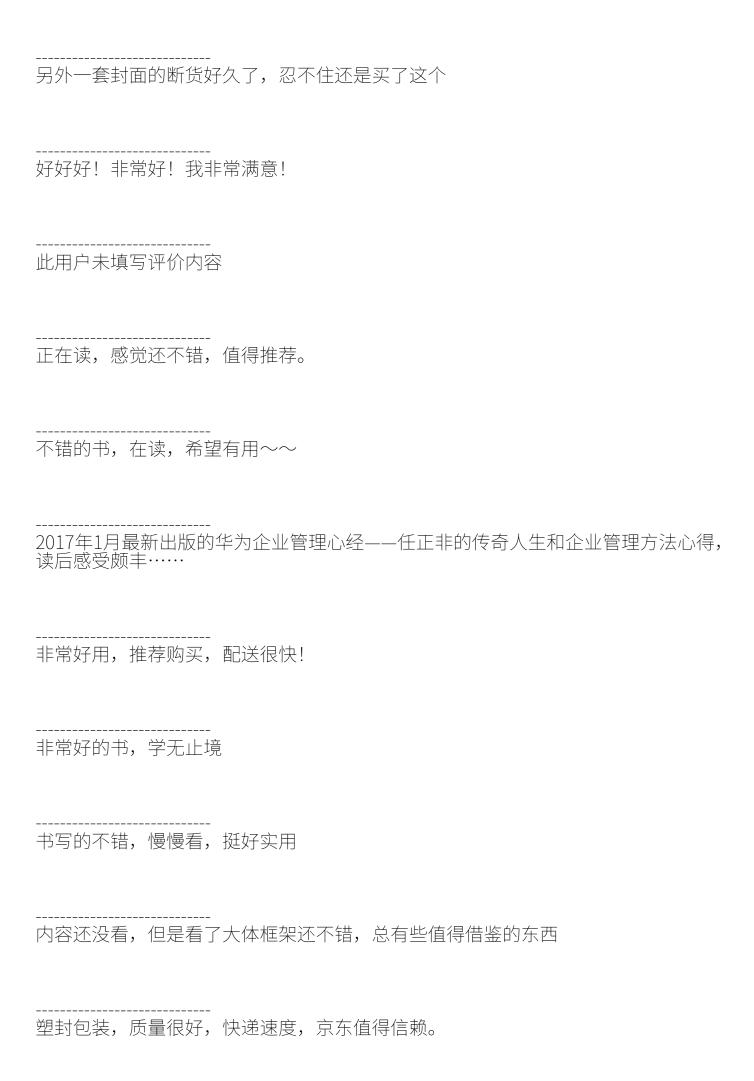
著者:孙科柳,易生俊,孙智著

华为干部管理方法论_下载链接1_

标签

评论

确实不错,速递给力,下次再光临,好评。



 非常不错,下次还在京东买
女子女子女子女子女子女子女子女子女子女子女子
不错的正版书籍,到货快,包装完整!
 好书! 想做老板的人值得一看!

 很有性价比的宝贝,正品商品,信赖京东。
 可以可以,这书可以看
 再次购买,书很好。发货速度快。
 发货很快,包装精美,非常喜欢
 东西不错,快递给力
 和老婆一起来看看我的
 很好的书,值得拥有
 不错,送货速度很快,书是正版的,非常好,
 很好,正版。

书很好,关于华为的书读的不好,这本指导性很强

不错的,不错的,不错的!!!
星巴克总裁霍华德·;舒尔茨相信,最强大最持久的品牌是在顾客和合伙人心中建立的。品牌说到底是一种公司内外(合伙人之间,合伙人与顾客之间)形成的一种精神联盟和一损俱损、一荣俱荣的利益共同体。霍华德·;舒尔茨这句话值得我们奋斗在营销战线上所有人思考,我们怎么去完成从一个销售人向顾客体验师角色的转变,也就是立足于顾客的情感去做自己的生意。在舒尔茨开第一家咖啡店的时候,就保持着为顾客创造一个使生活工作轻松的环境,并为此付出了巨大的努力。当星巴克的店铺开到全世界很多城市的时候,这其实就是舒尔茨战略营销能力的体现了。能够将一杯咖啡卖到全世界的人,不仅仅有推销能力,而是具有一种创建营销平台的能力。 天下没有做不成的生意,只有不会做生意的人;天下不缺销售的千军万马,缺的是能够组织起营销大军的人。销售人个人影响力都是平台给的,杰出的销售人也是,这就需要管理者们要认清自己只是体系的一部分。企业内部是一个相互关联的整体,自己的影响力和工作是建立在同事大量的工作协同之上的。因此,在很多的大企业中,推销产品还是借助企业的价值观,而不是过度宣扬自己的销售明星。
 很好啊
 好

-,--,-----

华为干部管理方法论_下载链接1_

书评

华为干部管理方法论_下载链接1_