

2023年史玉柱自述我的营销心得在线阅读 (精选5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

史玉柱自述我的营销心得在线阅读篇一

前天上网买来《史玉柱自述-我的营销心得》这本新书。刚用了两个晚上读完了。的确是好书！没想到，史玉柱在书中很多东西表达相当真诚和直率！特别是谈到他尤其擅长的营销策划方面。涉及他对广告公司的不客气看法。单刀直入，直击人心！社会上某些人若读之，可能不认同甚至出于职业性的不舒服感都有可能。但不可否认，史玉柱先生的话是真诚的，这是他的人生真实经验。真实就是力量！这亦缘于他够阅历、够资格、够真实、够个性。读者我可以理解这是应了无欲则刚的人情。

这本书里多有金玉良言、妙语如珠。比如：“营销没有教科书，要靠自己摸索，体会。”，“最好的策划导师就是消费者。”，“教科书里的理论，有的有用的，但很多是没有用的，比如科学理论，教科书里面肯定是对的，但是像营销，这个东西它是没有标准的，它是很难验证的东西。那些理论，尤其是早期的时候，都是一些广告公司瞎编的，美誉度这个度那个度，一大堆衡量指标，都是骗客户、骗厂家多掏广告费的，这种我觉得没什么用。还是要实事求是，实践是检验真理的唯一标准。”。

此外，“我的用人心得，你要把他放在那个位置上，还要授权给他，然后就培养他。“，你先带他带一段，送一段，然后充分授权，因为他只有在充分授权之后，成长才能更快一

点。要允许他犯一些错误。”，“用人，他可能是70分，我可能是90分，我授权的时候，我就要忍受这个20分的差距。必须忍受，我也能忍受。”“只要有团队和产品，摔倒也能再起来。”“让最了解情况的人有决策权。”。“一个企业付出最大成本，最大的浪费并不在于他的实际操作，实际上决策失误所付出的代价是最高的。”，“你看着别人成功好像很容易，但别人一定是靠着心血浇灌出来的，就别指望有太多的捷径要走。”

纵观全书，特别喜欢下面这几句：”首先我作为公司核心人物，对我有一个考验，首先他们会观察你，第一你是不是斤斤计较的一个人，你大不大度，如果是一个小肚鸡肠的人，一有风吹草动，肯定就会离你而去。第二点你对人真诚不真诚。如果你对你的部下内心不真诚，你会在你的言行上表现出来。我自我感觉，我的缺点很多，但我对我的部下很真诚，这样彼此容易建立一种信任”，“成功的时候总结的经验是扭曲的，失败的时候总结的教训才是真实的”，“大成功是靠大痛苦浇灌的。大挫折是为大成功作准备的。中大奖者，其后生活往往并不快乐。纵观一生，总快乐=总痛苦。我们需要一颗平常心。得到快乐时候，别忘形，后面有同样大的痛苦等着你呢”，“何为富贵？勿需向别人折腰，则为贵。勿需向别人伸手，则为富。因此，不能以地位高低论贵。不能以财富多少论富。真正的富贵之人往往在平民百姓中。媒体上的常客往往是不富不贵、富而不贵、贵而不富的三种人。”

尤其是这里，我从史玉柱先生论何为富贵？可窥见他内心明了什么才是真正的贵族精神。什么才是富贵。在他的自述文字里，我看到他骨子里藏着中国传统文化人的那些闪光的德性。如今，他没有生存问题。金钱已经不再是他的真正的目的了。史玉柱先生他是个儒商，我以为，他正努力在成为一个真正的士。一个带侠客气息有社会担当的士，且带着一屡远古侠者之风。其实，他的价值观是很传统的。不论是风光如今日，或是发不出工资的当初落魄时。诚然，他对下属的

真诚和充分的授权及领悟与团队众人利益分享。尤其是对市场调研的高度重视和亲力亲为。对营销策划的天赋与本能性的独立思考习惯。不迷信权威！还有他对人性特点的通透观察力和领悟力。这些，使得他在人生最落魄的时候起到了最为关键支撑与回报。

常言说得好，玩营销者，首先其实在玩为人的格局气度和悟性高度。玩做人的学习能力和可塑性与调整能力。我们从此不难理解为什么他在最落魄的时期，团队没有散，一大帮人连工资都领不到还如此忠心耿耿跟着老大干，没有一个背叛。这个团队的人没有傻子，不会傻到拿自己前途和家庭经济未来做赌博。这是史老板一路以来的人格感召能力，更是他们有一种洞察力加上信心亦包含者彼此的侠气和感情纽带。这也是史玉柱他能起死回生的最关键的基础条件。因为生意是人做的，人才是最关键的资产的！史玉柱这稳定的团队，在商海风浪中不离不弃的精神特质，在如今这个所谓功利现实的年代，几乎就是个传奇。

读这本书之前，我对史玉柱先生商海沉浮，佩服之余更有好奇和迷惑。今天，我觉得我找到答案了，不再迷惑好奇，理解了。我突然意识到一道理，其实很简单：“你如何对待别人，别人就如何对待你”。此或就是佛家说的：因果报应。基督教谈的：种什么树结什么果。亦不禁想起高人王阳明，他的《传习录》某兄弟推荐给我。买好长时间了，然一直未静心好好学习。“知行合一”。不容易啊。因为知易行难啊。且自加油吧~~今夜随性感怀一番。且即兴小诗一首以自娱娱人吧。

史玉柱自述我的营销心得在线阅读篇二

这两天拿到一本书的手稿《史玉柱自述：我的营销心得》，算是史玉柱唯一公开的著作，离公开出版还有一段距离，提前给大家曝点干货。

史玉柱是一个产品和营销的高手，可能是中国这些产品家里最接地气的，有的方法很土，却很管用。对史玉柱，我不仅关心他的产品真经，更关注他真刀实枪的工具。

从产品角度，史玉柱是一个深耕用户的人性大师，而且被认为是“暗黑系”的，其实，他也是“苦逼系”的，1万小时法则的辛苦践行者：

1、最好的策划导师就是消费者

史玉柱：不仅送礼这个概念是这么到老太太那儿聊出来的，我觉得整个过程都离不开消费者。我一直跟公司内部的人强调，最好的策划导师就是消费者。我每出一个广告语，每拍好一个广告，比如像老头老太太那个电视广告，我拍出来之后，就把全国分公司经理、总部的骨干全部召集到一起看。最后上不上我有否决权，但是我没有同意权。五六十个人投票，只有2/3都举手了，说好了，才能播。

工具：每周访谈50个消费者。史玉柱公司内部有规定，所有广告部的人，所有搞策划的人，必须要每周访谈50个消费者。史玉柱要求全国各地的分公司经理、总部的部门负责人，每个月都要访谈30个消费者。而且会做检查。

史玉柱自述我的营销心得在线阅读篇三

前天上网买来《史玉柱自述-我的营销心得》这本新书。刚用了两个晚上读完了。的确是好书!没想到，史玉柱在书中很多东西表达相当真诚和直率!特别是谈到他尤其擅长的营销策划方面。涉及他对广告公司的不客气看法。单刀直入，直击人心!社会上某些人若读之，可能不认同甚至出于职业性的不舒服感都有可能。但不可否认，史玉柱先生的话是真诚的，这是他的人生真实经验。真实就是力量!这亦缘于他够阅历、够资格、够真实、够个性。读者我可以理解这是应了无欲则刚的人情。

这本书里多有金玉良言、妙语如珠。比如：“营销没有教科书，要靠自己摸索，体会。”，“最好的策划导师就是消费者。”，“教科书里的理论，有的有用的，但很多是没有用的，比如科学理论，教科书里面肯定是对的，但是像营销，这个东西它是没有标准的，它是很难验证的东西。那些理论，尤其是早期的时候，都是一些广告公司瞎编的，美誉度这个度那个度，一大堆衡量指标，都是骗客户、骗厂家多掏广告费的，这种我觉得没什么用。还是要实事求是，实践是检验真理的唯一标准。”。

此外，“我的用人心得，你要把他放在那个位置上，还要授权给他，然后就培养他。”，“你先带他带一段，送一段，然后充分授权，因为他只有在充分授权之后，成长才能更快一点。要允许他犯一些错误。”，“用人，他可能是70分，我可能是90分，我授权的时候，我就要忍受这个20分的差距。必须忍受，我也能忍受。”“只要有团队和产品，摔倒也能再起来。”“让最了解情况的人有决策权。”。“一个企业付出最大成本，最大的浪费并不在于他的实际操作，实际上决策失误所付出的代价是最高的。”，“你看着别人成功好像很容易，但别人一定是靠着心血浇灌出来的，就别指望有太多的捷径要走。”

纵观全书，特别喜欢下面这几句：“首先我作为公司核心人物，对我有一个考验，首先他们会观察你，第一你是不是斤斤计较的一个人，你大不大度，如果是一个小肚鸡肠的人，一有风吹草动，肯定就会离你而去。第二点你对人真诚不真诚。如果你对你的部下内心不真诚，你会在你的言行上表现出来。我自我感觉，我的缺点很多，但我对我的部下很真诚，这样彼此容易建立一种信任”，“成功的时候总结的经验是扭曲的，失败的时候总结的教训才是真实的”，“大成功是靠大痛苦浇灌的。大挫折是为大成功作准备的。中大奖者，其后生活往往并不快乐。纵观一生，总快乐=总痛苦。我们需要一颗平常心。得到快乐时候，别忘形，后面有同样大的痛苦等着你呢”，“何为富贵？勿需向别人折腰，则为贵。勿

需向别人伸手，则为富。因此，不能以地位高低论贵。不能以财富多少论富。真正的富贵之人往往在平民百姓中。媒体上的常客往往是不富不贵、富而不贵、贵而不富的三种人。”

尤其是这里，我从史玉柱先生论何为富贵？可窥见他内心明白了什么才是真正的贵族精神。什么才是富贵。在他的自述文字里，我看到他骨子里藏着中国传统文化人的那些闪光的德性。如今，他没有生存问题。金钱已经不再是他的真正的目的了。史玉柱先生他是个儒商，我以为，他正努力在成为一个真正的士。一个带侠客气息有社会担当的士，且带着一屡远古侠者之风。其实，他的价值观是很传统的。不论是风光如今日，或是发不出工资的当初落魄时。诚然，他对下属的真诚和充分的授权及领悟与团队众人利益分享。尤其是对市场调研的高度重视和亲力亲为。对营销策划的天赋与本能性的独立思考习惯。不迷信权威！还有他对人性特点的通透观察力和领悟力。这些，使得他在人生最落魄的时候起到了最为关键支撑与回报。

常言说得好，玩营销者，首先其实在玩为人的格局气度和悟性高度。玩做人的学习能力和可塑性与调整能力。我们从此不难理解为什么他在最落魄的时期，团队没有散，一大帮人连工资都领不到还如此忠心耿耿跟着老大干，没有一个背叛。这个团队的人没有傻子，不会傻到拿自己前途和家庭经济未来做赌博。这是史老板一路以来的人格感召能力，更是他们有一种洞察力加上信心亦包含者彼此的侠气和感情纽带。这也是史玉柱他能起死回生的最关键的基础条件。因为生意是人做的，人才是最关键的资产的！史玉柱这稳定的团队，在商海风浪中不离不弃的精神特质，在如今这个所谓功利现实的年代，几乎就是个传奇。

读这本书之前，我对史玉柱先生商海沉浮，佩服之余更有好奇和迷惑。今天，我觉得我找到答案了，不再迷惑好奇，理解了。我突然意识到一道理，其实很简单：“你如何对待别

人，别人就如何对待你”。此或就是佛家说的：因果报应。基督教谈的：种什么树结什么果。亦不禁想起高人王阳明，他的《传习录》某兄弟推荐给我。买好长时间了，然一直未静心好好学习。“知行合一”。不容易啊。因为知易行难啊。且自加油吧~~今夜随性感怀一番。且即兴小诗一首以自娱娱人吧。

史玉柱自述我的营销心得在线阅读篇四

今天提前史玉柱，在大陆的商界，恐怕是无人不知，无人不晓。有人说史玉柱，就是个创奇；有人说他是个赌徒性格的人，也有人说他是商界奇才。大家各说各的理由。史玉柱，在他的创业过程、以及那个著名的“华人首富”事件中，他的各种性格更是体现的淋漓极致。

但是今天读他的书，觉得语言很朴实，没有一点卖弄风雅的词句。但是句句都是大实话，对企业经营者，有很多的借鉴。特别是创业的年轻人，其实在创业过程犯的的错误肯定不少。对于我来说更甚，我喜欢学习新东西，这个是好事情。但是总是看，不去实施，就变成了教科书理论式的人，说的比做的好。史玉柱，一针见血地指出，多花时间去想想，多花时间去试试，去检验。时间是检验真理的唯一标准。如果总是信靠教科书，特别是营销这个环节，教科书的危害很大。

史玉柱非常重视市场调研，凡事都是从客户的角度去考虑问题。而不是从一个学者、专家的角度去考虑问题，所有他做的市场营销这一块就很成功。就拿脑白金这个产品来说，他是做过很多的市场调研，本来是一个保健品，吃或者不吃，对人的影响根本不大，不是一个刚性需求的东西。但是他就是靠这个产品东山再起的。他当时的情况就是：因为巨人大厦的事情，他变成中国首富时，很多人追他要钱，有人觉得要钱无望了，顾杀手去杀他。他居然用借了的50万，东山再起。这个根本不是一般的人可以做到的。平常心的去考虑这个问题，如果我是他，欠这么多钱，我基本上是整个人就会

夸掉，也许大家觉得，如果是我，我也可以东山再起。这个只有你到了这个环境，你才会知道。那种压力、和境况，不到那个环境，根本没办法体会出来。

他是怎么做的呢？当了解到，老年人觉得吃了感觉不错，但是对自己特别的扣，特别是老一辈的人，就锁定了他们的子女。然后利用中国的传统，给老人送礼就是近孝道，就定位成两个字：送礼。并且这个广告一打就是20xx年，不变。让大家觉得恶俗到反胃，也别评委“最差”的广告，但是那个产品依然可以挣钱，这个就是史玉柱的本事。未完待续。

请记得多关注我的博客和微信，将来第一时间为您提供教育培训行业的网络营销方法！

史玉柱自述我的营销心得在线阅读篇五

一个星期看完，总的来说老史这本营销心得没有卖太大的关子，也没有装腔作势想要把自己的书搞得牛气哄哄一样，心得占了大多数，是老史这么多年来营销、管理、策略的血泪史，从脑白金到黄金搭档，从巨人大厦到征途，老史都把自己经历过的一些错误跟我们娓娓道来，还偶尔穿插着意味深长的告诫：不要重蹈我的覆辙，企业成长试错是必须的，但是大的方向要对，大的方向不对，会一直错下去。朋友看完说：“老史这本书用了很接地气的口吻贯穿全书，这是他所喜欢的”，我说这就是老史的风格，或许这也是一种营销手段。最接地气的，往往是最喜闻乐见的。对于这本书我看完后有了以下心得：

1)广告是砸出来的，是让消费者产生联想最后产生购买，产生购买的广告就是好广告，但如果觉得广告好，还能持续的产生购买，这就是一支优秀的广告。

老史最引以为豪的就是他的脑白金广告，没有多牛b的策划，没有好看的广告画面，只是在高峰时间段不停的播放，尽管

消费者一度受不了这种广告的狂轰滥炸，但是到商场买礼品时还是选择了脑白金这样的产品。所以这个广告按照奥威格的话说：这就是一个好广告。但是我不认为这是一支优秀的广告，脑白金的成功一定程度上有其历史的背景，那个时代到现在保健品行业的竞争都并非那么激烈，所以消费者能选择的并不多，最后消费者趋于选择脑白金也和脑白金长期的广告狂轰滥炸有着直接的关系。也许我可以这样说，一个好的广告画面 一个好的广告策划不一定要用这么长的时间这么大的投入就可以达到脑白金现如今的销量。这样的广告比比皆是凡客体、聚美优品的代言体、雪佛兰热爱我的热爱等，他们的广告策略是让人自发的去传播，而非被动的让人接受。

2) 人在一个时期内只能专注做一件事

老史因为巨人大厦的倒塌沉寂了一段时间这是众所周知的事情，所以这个教训是惨痛的。人这一生几乎每天都在做决策，大大小小的决策让你应接不暇，小的决策不痛不痒，但大的决策会让有时候你从一开始就陷入危机。所以老史经历了这么惨痛的教训以后在书的最后告诉我们他除了互联网，房产，网游其它的东西一概不碰，国内有名的商会他也只参加泰山会和金鼎俱乐部，所以这点我是很认同的，太阳光粒子那么高的热量照射到人身上也只有轻微的热度是因为分散，激光因为粒子的聚合确可以切割钻石，将来的人才一定是t字型的，专业领域你要一学到底，再加上不同行业的知识做为辅助，你通往成功之路才会更加的顺畅和有把握。

3) 团队管理之制度和效率的博弈

管理的第二境界是管制度，制度是框架，不管人来人往，只要你管好了制度，你要筛选的肯定是最适合你企业发展的人。但是有时候不要一时冲动因为想这个那个员工的行为不规范就很草率的去马上定一个制度来防止事情的发生，我认为这种管理者是不自信的。因为现在大部分员工是趋利的，所以人管人一定要结合钱管人才能留得住人，就好比策划员工

运动会，你苦口婆心的跟大家讲，我们的企业文化是拼搏，所以大家一定要拿出拼搏的精神，踊跃参加。还有就是告诉大家第一名可以拿20xx块，你看哪个管用。说到底制度是为了企业管理更规范，给企业降低隐性成本，而不是降低工作效率，一个坏的制度完全可以拖垮一个公司，所以制定制度的时候一定要慎重，即使知道制度的不合理性也要马上修改，不要为了维护自己的权威而将错就错。