

<<天生我才>>

图书基本信息

书名：<<天生我才>>

13位ISBN编号：9787801802446

10位ISBN编号：7801802446

出版时间：2004-1

出版时间：经济日报出版社

作者：林德志

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<天生我才>>

### 内容概要

杨少锋，刚刚走出大学校园，就在万头攒动的人才招聘会上打出“谁聘我?年薪10万!”的牌子，成为全国数十家媒体关注的新闻人物；还是他，24岁时以初生牛犊不怕虎的勇气，推翻国际著名咨询机构麦肯锡为福建联通做的推广计划，实施一套自己设计的全新方案，创造了CDMA月销售7000万元的历史纪录；如今，毕业才三年的他已经实现了从年薪10万到100万的跨越.....

在这本书里，杨少锋会告诉你，赢在定位，其实成功并不难，明天你一样可以成为最出色的人，也可以把自己“卖”个好价钱。

## <<天生我才>>

### 作者简介

林德志，1998年毕业于福州大学，毕业后任《海峡都市报》文教部记者，经济部记者、头版编辑等，曾获全国都市报新闻奖二等奖、福建新闻奖二等奖等。

现为福州大学人文社会科学院经济社会学专业二年级硕士研究生。

在校期间，曾任福州大学钟声文学社社长、学生社团联合会常务理事、校学生记者团记者等。

## &lt;&lt;天生我才&gt;&gt;

## 书籍目录

序言：敢问路在何方 徐小平 引子：赢在定位 第一章 全中国最受关注的毕业生 2000年初，在中央电视台、人民日报、中国青年报及各地方媒体的轮番轰炸中，杨少锋成为了焦点人物。

这个中国第一个公开打出“谁聘我?年薪10万!”口号拍卖自己的大学应后毕业生究竟何许人也?成绩并不优秀的他有什么能耐?为什么选择这种方式推荐自己?他值10万吗?这是对日益严峻的就业形势的情绪宣泄还是挑战?一时间，“杨少锋现象”对大学生、教育工作者、用人单位的价值观形成了强烈的冲击…… 一、“谁聘我?年薪10万!” 二、让工作来找我 三、一举而为天下知 四、四年大学实力作证

第二章 24岁，挑战麦肯锡 2002年秋季，在中国移动的强力阻击下，中国联通许多城市的CDMA用户数甚至出现负增长，CDMA全国的销售全面陷入历史性低谷。

而11月的福州，联通毅然抛弃麦肯锡华而不实的营销方案，向中国移动发起总攻，一举创下月销售7000万元的历史纪录，彻底改变了福建通信市场的格局。

更令人吃惊的是，在这场可以称为福建通信业历史上最为惨烈的商战中，总策划竟然是一个年仅24岁、大学毕业才两年的年轻人。

一、谁说权威不能碰 二、成竹在胸 三、初战告捷 第三章 毕业三年，年薪10万到100万 时光飞逝，三年过去了，当许多与杨少锋同时毕业的大学生还依旧为着渺茫的前途而彷徨的时候，杨少锋却已经成为年薪百万的金领。

扰在人们对这位年少轻狂的追风少年的质疑之声中，杨少锋创造了一个又一个奇迹。

如果说当年大学刚毕业的时候，杨少锋还仅仅只是比其他毕业生多走了一步，那今天杨少锋就毫无疑问地成为同龄人中出色的一员。

是什么让他在三年内取得如此巨大的进步呢?是机遇?是巧合?还是脚踏实地的超越? 一、要舞台，而不是饭碗 二、抓住时机，证明自己 三、不做策划人 四、向职业经理人靠拢 五、百万年薪不是梦 第四章 成事的孩子早立志 杨少锋从来就不是一个天才，而童年的他更没有表现出任何天才的天赋。

他是如此的平凡，以致于除了调皮捣蛋，除了父母是农村教师而不是纯粹的农民外，他和身边的小伙伴几乎毫无差别。

20多年过去了，当儿时的伙伴都已娶妻生子，在头顶蓝天脚踏黄土中重复着祖祖辈辈数十年如一日的的生活，杨少锋却已成长为商界一颗耀眼的新星。

遥想往事，如果没有儿时父母的教育与监督，如果没有跳出那个村子，也许今天的杨少锋一样在为着温饱而奔波，一样在餐风宿雨的农活中等待青春年华的逐渐逝去。

一、山村教师的农家娃 二、外面的世界很精彩 三、我想上大学 第五章 他炒了重点中学的鱿鱼 第六章 发誓要圆大学梦 第七章 大学校园中的另类 第八章 成功的必然和偶然 第九章 机遇只偏爱有准备的头脑 附录一“杨少锋现象”带给我们的思考 附录二 成长的轨迹 附录三 杨少锋能做到的，你也可以做到 后记

## &lt;&lt;天生我才&gt;&gt;

## 章节摘录

谁说权威不能碰/林德志2002年11月9日。

秋风萧瑟。

表面风平浪静的福建手机市场上实则风云暗涌。

福州。

福建东方大酒店13层一个小会议室。

参加者有杨少锋、福建联通市场部负责人、福州联通公司领导、联通的宣传策划人员等。

“CDMA到底是不是好东西？”

国家给我们的政策到底优不优惠？

那为什么我们推不好？

”不是产品的原因，也不是价格的原因，当然是市场策略的问题，杨少锋一连串的问题让与会的联通领导陷入深深的思考。

会议的气氛很热烈，几乎已经是在争吵了。

也许谁也不会想到，把著名国际咨询机构麦肯锡为联通做的方案否定，然后采用由24岁的杨少锋提出的市场推广方案，这么重要的事，竟然是争论的一个成果。

事实上，他们已经争论好几次了。

很显然，联通的负责人也很为难，在是否弃用麦肯锡的方案上举棋不定。

虽然在实际的推广中，麦肯锡的方案远远未达到预期的效果。

但毕竟，麦肯锡是全球著名的专业咨询策划公司，是营销策划方面的权威，如果他们的方案都不行的话，这个24岁的年轻人制定的方案行吗？

不管联通的领导怎么看待，杨少锋在看过麦肯锡的方案后，得出了4个字“不切实际”。

在深入分析联通前期的市场运作后，他总结联通所犯的一系列错误：目标市场定位错误；市场推广策略缺乏长期统一性；广告宣传要点不明确等；他建议联通立即停止此前实行的所有促销方案。

与此同时，他在了解相关背景之后，短期内制定了另一套完整周密的营销计划。

他要以他的智慧来主宰这个市场。

时间已经不允许联通再做犹豫了，今天他们就要把方案定下来。

联通的负责人也知道，在瞬息万变、竞争异常激烈的手机通讯市场上，时机一失，有可能全盘皆输，而且联通已经失去了许多时间和宝贵的市场机会，可以说现在到了再也输不起的时候了，他们所要做的，就是重新进行资源整合，在最短的时间内重启战车，引起人们对CDMA的购买兴趣，并从G网手里抢一批用户，挽救CDMA手机在福建市场的危局。

## <<天生我才>>

### 媒体关注与评论

书评2002年11月9日。

秋风萧瑟。

表面风平浪静的福建手机市场上实则风云暗涌。

福州。

福建东方大酒店13层一个小会议室。

参加者有杨少锋、福建联通市场部负责人、福州联通公司领导、联通的宣传策划人员等。

“CDMA到底是不是好东西？”

国家给我们的政策到底优不优惠？

那为什么我们推不好？

”不是产品的原因，也不是价格的原因，当然是市场策略的问题，杨少锋一连串的问题让与会的联通领导陷入深深的思考。

会议的气氛很热烈，几乎已经是在争吵了。

也许谁也不会想到，把著名国际咨询机构麦肯锡为联通做的方案否定，然后采用由24岁的杨少锋提出的市场推广方案，这么重要的事，竟然是争论的一个成果。

事实上，他们已经争论好几次了。

很显然，联通的负责人也很为难，在是否弃用麦肯锡的方案上举棋不定。

虽然在实际的推广中，麦肯锡的方案远远未达到预期的效果。

但毕竟，麦肯锡是全球著名的专业咨询策划公司，是营销策划方面的权威，如果他们的方案都不行的话，这个24岁的年轻人制定的方案行吗？

不管联通的领导怎么看待，杨少锋在看过麦肯锡的方案后，得出了4个字“不切实际”。

在深入分析联通前期的市场运作后，他总结联通所犯的一系列错误：目标市场定位错误；市场推广策略缺乏长期统一性；广告宣传要点不明确等；他建议联通立即停止此前实行的所有促销方案。

与此同时，他在了解相关背景之后，短期内制定了另一套完整周密的营销计划。

他要以他的智慧来主宰这个市场。

时间已经不允许联通再做犹豫了，今天他们就要把方案定下来。

联通的负责人也知道，在瞬息万变、竞争异常激烈的手机通讯市场上，时机一失，有可能全盘皆输，而且联通已经失去了许多时间和宝贵的市场机会，可以说现在到了再也输不起的时候了，他们所要做的，就是重新进行资源整合，在最短的时间内重启战车，引起人们对CDMA的购买兴趣，并从G网手里抢一批用户，挽救CDMA手机在福建市场的危局。

<<天生我才>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>