

## 营销总监的辞职信

某企业，曾花了半年时间，挖来了一位营销总监。不到三个月，这位年仅 26 岁的营销总监就把工作搞得有声有色颇有成绩。然而，他却毅然决然地辞职而去。这是为什么呢？下面是他辞职信的内容：

公司招我来的目的是什么呢？从进入公司的第一天开始，我就一直在问自己这个问题直到现在，公司和我，虽然没有经过坦诚地沟通，但大家彼此却也终于知道：公司原本并不需要一个营销总监；公司也许更需要一个又一个的区域经理，一个又一个能够把烂市场起死回生的区域经理。

刚来的时候，公司告诉我：咱们公司的管理很混乱，我们需要把管理规范起来，加强制度化建设。于是我就开始抓营销体系的制度化建设。但制度化建设有两个前提：一是需要时间；二是需要顶住业绩压力。然而，这两点我们都没有做到，就急急地否定了新的制度。

我们的制度监督者，尤其是财务系统，却对新制度抱着一种非常呵求的态度和原则，好像，新制度一出台，他们什么就都万事大吉了，只要按制度进行监控，就可以了。

在新制度的试行过程中，作为制度的设计者，必须时刻跟进，随时调整，而公司并没有给我这个时间，可想而知，不能跟着情况的变化而调整的新制度却还得遭遇制度监督者的呵求（不懂销售的监督，纯从财务角度考虑），会是一个什么结果。

种种因素的制约下，新营销体系流产是自然而然的，也是情理之中的。就是再好的制度，也是同理。

大家都在盯着过程，就忘了我们的目标。

也许错就错在我们实行新制度的基础还不成熟，因为对于我们目前来说，太需要的是业绩，而不是管理。

体系的力量在哪里？

如果我们每个人都能把工作当成自己的家庭一样经营，尽心尽力，还有什么搞不好的呢？

如果我们每个体系的人都能这样的开展工作，那还有什么难题解决不了的呢？

原本我们的力量就很薄弱，原本我们的资源就很分散，我们需要把薄弱的力量分散的资源集中结合起来使用，我们才可以干点事情！否则，我们只可能是做历史的匆匆过客，被市场无情地抛弃。

体系的力量是惊人的是巨大的，孤军作战只会是让“英雄出师未捷身先死”；各自作战只会是互相拆台只会加速企业的灭亡！

华为有两句话说得很好：“我们提倡学雷锋，但绝不能让雷锋吃亏！”

“我们提倡学焦裕禄，但绝不能让焦裕禄早逝！”

但我们呢？

企业文化的阻力可以杀死人。

曾经有人这么说，文化的激励作用是巨大的，是从内到外的，它会渗透组织成员的每一根毛细血管；与此同时，文化的力量杀人是无形的却也是最厉害的，它可以像温水煮青蛙一样。

记得我当时说过一句话，“只要我是为公司着想，对工作负责，不徇私，我想，公司领导会理解和支持的。所以，我说，就是前面有万丈深渊，有地雷阵，我也一样地勇往无前”。

然而，时至今日，我发现，我想错了。却正如某人所说。而我呢，却好象“出师未捷身先死”“伤痕累累”。

也许，这就是企业文化的力量杀人于无形中。留不住外来人才，留不住新聘人才，永远就是那股旧有的习惯和势力在坚守阵地，就算是有些新鲜空气偶然吹进来，但最后还是被“吹”走了。

只有新进力量大或强到足以抵抗或阻止旧有势力的进攻或蔓延，新旧文化才可以和平共处或相互融合共同成长。企业，也许永远就是在那两种文化中甚至更多文化的磨合中成长进步。任何一方的力量都不能足够强或太弱，否则，就是一边倒。文化的绝对垄断性如果表现得不可一世，文化就会杀人于无形中。