# 营销总监辞职信

来源：网络 作者：深巷幽兰 更新时间：2024-07-17

*刘总：　　转眼间，我来公司已三个多月了。　　回首三个多月以来，真是一言难尽。既有成绩，也有不足，但，还有很多的无奈和心酸。　　也许下面很多话都比较尖锐，比较直接，也许有不少不成熟的地方，也许有不少欠考虑的地方，毕竟到公司的时间还不长。但...*

　　刘总：

　　转眼间，我来公司已三个多月了。

　　回首三个多月以来，真是一言难尽。既有成绩，也有不足，但，还有很多的无奈和心酸。

　　也许下面很多话都比较尖锐，比较直接，也许有不少不成熟的地方，也许有不少欠考虑的地方，毕竟到公司的时间还不长。但我的目的只有一个，那就是：希望能对公司的发展对公司的发展有所裨益，希望公司的明天走得更稳健一点，走得更健康一点，走得更远一点。

　　这就够了。

　　革命是为了什么?

　　革命的目的是什么?

　　从历史和实践来看，革命无怪乎两个目的，一是推翻;二是改良。

　　那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。这个问题，也许当初公司和我都没有认真去地考虑。但这个却是公司为什么请我来的根本点，也是我为什么到公司来的根本点。正因为没有考虑清楚，所以到今天，就出现一些原本就没有必要出现的问题。

　　终于直到现在，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。

　　洪秀全，因为不知道革命的目的是什么，所以太平天国失败了;

　　孙中山也因为不知道革命的目的是什么，所以孙中山也失败了;

　　而只有毛泽东，清楚地知道，革命的目的就是：打土豪分田地，推翻旧社会，建立新社会，所以带领一帮兄弟，经过若干年艰苦卓绝的战争，终于实现了革命的目的。

　　而我们呢?

　　营销总监是做什么的呢?

　　虽然，这个问题很简单，但我们彼此并没有去认真深入地沟通和探讨。

　　就我个人来看，营销总监无非做三种事。

　　一是建立、规范和强化营销管理体系，职能侧重在于规范销售管理和品牌建设，但它往往是以牺牲短期业绩着眼于持续健康发展为前提。如果企业还没有超越生存基础目的的话，那聘请营销总监还并没有必要。这种营销总监才真的叫营销总监。

　　二是巩固和提升销售业绩，职能侧重在于市场开发和完成销售业绩，但它是往往以牺牲和透支市场为代价，搞掠夺式开发，与老板下达的业绩压力竞赛，尤其是在中国目前的这种企业环境里。这种营销总监应该叫销售总监才对，因为他背上背着两个指标：销量与回款。如果说我们公司还需要营销总监的，也只是需要这种营销总监。

　　三是建设品牌和公关策划，职能侧重于品牌拉动和公关开路，但它往往是来得快去得也快，“各领风骚三五年，你方唱罢我登台”。这种营销总监应该是市场总监才对，依\*强势的品牌拉动和公关新闻策划，把市场在短期内轰起来，市场起来之后，能否守得住，就看企业的造化了，销售系统能否支撑得住是关键。

　　所以，对比我们公司的现状来看，我们并不需要营销总监，也许更需要一些区域销售经理。絮我直言。这正好也和当初公司邀请我加盟的意向是一致的。但在当初，让我来做区域经理，也许我是不会来的，因为我本身就在做着区域经理，而且做得很好。于是公司就以做营销总监来打动我(这只是我的猜测，是否真的是这样，我并不知道，也不想知道)，因为我需要一个更大的平台来实现自己的职业理想。于是我就来了。但来了之后，公司在试用期间把我放在某一个区域蹲点使用，当然，顺理成章，我也就成了一个区域经理。

　　这一点，我能理解公司的良苦用心，但这种做法好不好呢?坦白地说，我感觉很不好，这不仅对我是一种伤害，对公司更是一种伤害。我敢肯定，我现在蹲点来\*作\*\*市场远远比公司直接招我来做\*\*市场困难得多!

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找