

<<饲料营销成功方略>>

图书基本信息

书名：<<饲料营销成功方略>>

13位ISBN编号：9787109048805

10位ISBN编号：7109048802

出版时间：1998-03

出版时间：中国农业出版社

作者：梅洪常

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>

<<饲料营销成功方略>>

内容概要

内容简介

本书从现代营销学、经济管理学的企业经济学角度，结合我国饲料行业营销活动的实际，论述了饲料营销的新观念、新策略；为产品、价格、分销和促销全过程多侧面提供了适用于饲料企业营销的一系列方法与技巧。

书中还附有大量案例分析，并针对饲料营销中存在的现实问题，提出了切实可行的解决方法。

本书构思全面、重点突出、通俗实用。

可供企业决策者、营销管理者和销售人员使用，并可用作高校教材。

<<饲料营销成功方略>>

书籍目录

目录

第一章 饲料营销的基本理念

- 一、饲料营销与4Ps
- 二、饲料目标市场与用户需要
- 三、协调营销与盈利能力
- 四、营运饲料产品购买价值链
- 五、保持忠诚客户的策略

第二章 饲料企业战略营销

- 一、饲料市场的环境变化
- 二、确定公司的使命 公司的战略
- 三、确立业务单元 业务的战略
- 四、业务单元的市场评价与资源配给
- 五、策划新项目或新产品 产品的战略
- 六、业务战略的管理过程 公司管理层的战略
- 七、总结

第三章 企业营销信息与饲料市场预测

- 一、信息与商品销售码
- 二、营销信息系统的构建
- 三、饲料产品需求测算和销售预测方法

第四章 市场定位与饲料品牌

- 一、市场定位的依据
- 二、市场定位的方法
- 三、产品定位的质量保持

四 饲料品牌策略

第五章 产品价格策略

- 一 首次定价
- 二、适应性定价
- 三、对企业变价的反应

第六章 分销渠道与中间商饲料营销策略

- 一、中间商的性质和功能
- 二、分销渠道选择
- 三、饲料营销渠道的扩展
- 四、选择中间商
- 五、渠道组织与管理
- 六、饲料营销竞争策略

第七章 饲料产品促销与服务

- 一、几种促销工具的优缺点
- 二、饲料促销实例分析
- 三、饲料企业的服务
- 四、服务及其特征
- 五、服务的策略
- 六、推销服务技巧

第八章 饲料销售管理

- 一、销售目标
- 二、销售组织

<<饲料营销成功方略>>

- 三、销售人员数量
- 四、销售人员报酬
- 五 销售人员管理

<<饲料营销成功方略>>

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>