

<<营造企业的市场>>

图书基本信息

书名：<<营造企业的市场>>

13位ISBN编号：9787111112716

10位ISBN编号：7111112717

出版时间：2003-1-1

出版时间：机械工业出版社

作者：邱庆剑,黄雪丽

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>

<<营造企业的市场>>

内容概要

本书收集了作者在从事企业管理咨询和营销策划过程中被问及的最常见、最实用的100个问题。全书共分为七个部分，分别为营销基础、市场管理、销售管理、客户管理、产品管理、品牌管理、营销诊断。

实用性是作者编写本书最重要的出发点，通俗性是另一个出发点。

本书简洁明了、通俗易懂、图文并茂，既是为打拼于商海的老板们准备的，也是为决心投身商海一试水深的创业者们准备的。

<<营造企业的市场>>

书籍目录

- 总序前言第一章 营销基础1 什么叫市场营销？
- 2 如何设置市场营销相关部门？
- 3 客户部的职能主要有哪些？
- 4 销售部的职能主要有哪些？
- 5 市场部的职能主要有哪些？
- 6 什么是市场占有率？
- 7 什么是产品生命周期？
- 8 什么是市场生命周期？
- 9 什么是“4P”？
- 10 什么叫产品定位？
- 11 什么叫目标市场？
- 12 企业之间的市场竞争包括哪些方面？
- 第二章 市场管理13 如何进行市场机会的识别？
- 14 如何进行市场机会的分析和评价？
- 15 什么叫细分市场？
- 16 如何确定目标市场？
- 17 市场信息来源渠道有哪些？
- 18 如何进行市场信息管理？
- 19 市场信息调查问卷一般包括哪些内容？
- 20 市场调查的主要内容有哪些？
- 21 市场调查的常用方式有哪些？
- 22 如何进行市场竞争管理？
- 23 应该从哪几方面认识你的企业？
- 24 如何搜集竞争对手的信息？
- 25 常用的竞争手段有哪些？
- 26 处于分散行业中的企业如何确定竞争策略？
- 27 处于集中行为中的企业如何确定竞争策略？
- 28 处于行业不同生命周期的企业如何确定竞争策略？
- 29 什么是不战而胜的竞争策略？
- 30 寻求新的市场空间有哪几种主要思路？
- 第三章 销售管理31 什么叫销售通路？
- 32 什么叫通路的广度？
- 33 什么叫通路的长度？
- 34 什么叫通路的深度？
- 35 如何设计销售通路？
-第四章 客户管理第五章 产品管理第六章 品牌管理第七章 营销诊断

<<营造企业的市场>>

媒体关注与评论

营销是企业的龙头，龙头不舞，龙身焉存。
当您在商海中遇到营销方面的疑难时，只要翻开本书，很多问题迎刃而解了。
本书适合那些已经在商海打拼的老板们阅读参考。
更是那些决心投身商海一试水深的创业者的商海救生圈。

<<营造企业的市场>>

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>