

<<营销三问>>

图书基本信息

书名：<<营销三问>>

13位ISBN编号：9787111220770

10位ISBN编号：7111220773

出版时间：2007-8

出版时间：机械工业

作者：李洪道

页数：167

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>

## <<营销三问>>

### 内容概要

本书从营销实操的角度，直接剖析营销的本质问题，详细阐述营销必须回答的三个基本问题，即卖给谁，谁来卖，怎么卖。

卖给谁?就是研究找客户，介绍选择客户的MAN原则、产品价值客户化的方法；谁来卖?就是研究带团队，分析团队的金三角、团队的WIFE原则以及渠道功能团队化；怎么卖?就是研究定规则，包括策略组合、销售技巧、分配利益三个部分。

最后阐述了开展营销工作的六大基本步骤。

要想拥有优势资源，让客户主动上门，营销人员就必须回答本书提出的三个问题，学习和掌握其中的基本工具。

## <<营销三问>>

### 作者简介

著名营销顾问 李洪道，他曾是电台的节目主持人，他是中国科学技术大学首届MBA，他曾使亏损企业在短短的两三年时间扭亏为盈，并走上持续健康发展的轨道；服务过外企、国企、民企等多种形态的工业制造企业；每年多达近百场的演讲、公开课和企业内训，他是国内首家工业品营销研

## &lt;&lt;营销三问&gt;&gt;

## 书籍目录

前言绪论 营销论语 0.1 鞋子与光脚 0.2 口红与军营 0.3 和尚与梳子第一问 卖给谁?——找客户 1.1 找客户就是找男人(MAN原则) 1.2 性格特质与人性的七大弱点 1.3 将心比心, 产品价值客户化 案例1: 故宫VS爱国者——奥运时段的故宫标牌广告第二问 谁来卖?——带团队 2.1 团队就是老婆(WIFE原则) 2.2 团队金三角与营销员的4H标准 2.3 锦上添花, 渠道功能团队化 案例2: 房价在涨, 裂缝在涨第三问 怎么卖?——定规则 3.1 制定策略组合: 从需求到信任 3.1.1 脑白金Vs安利 3.1.2 AT法则——赢得客户信任的根本法则 3.2 演练销售技巧: 从会说到会问 3.2.1 老王卖瓜Vs本山卖拐 3.2.2 从FAB到PSS再到SPIN 案例3: SPIN在分众传媒的运用 3.3 合理分配利益: 从结果到过程 3.3.1 过程管理要素: 四横四纵两张牌 3.3.2 过程管理工具: 五表五诀八部曲 案例4: “魔鬼”和“骗子”的没落营销六步连环掌 4.1 第一步: 市场开发——必须完成的四件事 4.2 第二步: 客户开发——准确描述客户的特征 4.3 第三步: 客户拜访——运用技巧传递企业信息 4.4 第四步: 客户分类——选定目标, 有的放矢 4.5 第五步: 成交策划——量身定做, 水到渠成 4.6 第六步: 辗转介绍——趁热打铁, 树立榜样

<<营销三问>>

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>