

<<营销策划>>

图书基本信息

书名：<<营销策划>>

13位ISBN编号：9787113107826

10位ISBN编号：7113107826

出版时间：2010-1

出版时间：中国铁道出版社

作者：马尔科姆·麦克唐纳

页数：160

译者：张雪

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>

<<营销策划>>

前言

在当前的商业环境下，市场竞争日趋激烈，人们越来越认识到，只有计划周密和对市场做出充分的准备才能在未来取得成功。

为了对未来的承诺充满信心，一个企业的市场营销计划必须具有意义：它们必须切合实际和可用。鉴于变化具有不可避免性，要想获得任何利益，市场营销计划必须对已知企业和各种市场环境做出准确地描绘以及为未知领域提供一个经验指导。

一个企业的战略市场营销能力的发展要经过三个截然不同却又相互依存的阶段。

为执行市场营销计划（过程）和生产战略，建立一个纪律严明的或合理的组织结构。

用一个具有意义的市场营销情报功能来支持这个组织结构（这个功能可能也可能不存于某个具体部门）。

<<营销策划>>

内容概要

本书适用于那些工作忙碌，无暇费力地读完大量文本的经理人们。因此，它涵盖了市场营销策划所有基本要点，并在每一章的结尾处给出了大量的测试题。虽然这些测试题绝不是必不可少的学习过程，但可以快速检查您的理解程度。由于“第1章”中的两道测试题尤为重要，请确保完成这两道题。对于那些需要一个非常专业的战略市场营销计划和策略市场营销计划方法的人，建议您阅读本书的重点内容：理解市场营销计划：如何制定市场营销计划：如何运用市场营销计划。

<<营销策划>>

作者简介

马尔科姆·麦克唐纳，作为市场营销领域首屈一指的权威，马尔科姆·麦克唐纳教授在全球享有盛誉。
。他现在是克兰菲尔德大学名誉教授和华威商学院名誉教授。
马尔科姆是6家公司的主席并与一些世界一流的跨国公司的经营管理委员会一起合作。
他撰写了40多部作品，其中包括‘最畅销的《营销策划》。

<<营销策划>>

书籍目录

前言绪言第1章 理解市场营销计划 需要一个系统的方法 战略和策略之间的差异 问题与答案第2章 营销计划与公司计划相符 营销计划 企业计划 问题与答案第3章 战略市场营销计划 营销审计 强弱机危综合分析 战略制定 问题与答案第4章 确定市场和细分市场 细分市场 市场份额 问题与答案第5章 理解产品和服务 什么是产品 先理解产品和服务再制定计划 问题与答案第6章 制定市场营销目标和市场营销战略 市场营销目标 市场营销战略 问题与答案第7章 广告战略和销售推广战略 广告战略 销售推广(或促销)战略 问题与答案第8章 销售战略 销售人员 销售管理 问题与答案第9章 价格战略 定价原则 价格战略 问题与答案第10章 分销战略 分配 客户服务 问题与答案第11章 信息与组织 预测 营销计划中的组织问题 问题与答案第12章 实施营销计划 由销售计划引起的 评估营销战略 问题与答案

<<营销策划>>

章节摘录

插图：市场营销经过了50多年的发展，如何制定一个可以充分有力地指导一个企业的其他人员如何为客户建立卓越价值的市场营销战略仍然是所有市场营销技巧中最难以捉摸的。

克兰菲尔德大学（Cranfield）对市场营销计划进行了25年的研究，它惊人地发现在市场营销的核心功能中，能力（水平）举足轻重。

确实，事情似乎变得更糟而不是更好。

10年前，著名的Brady（布雷迪）和Davis（戴维斯）批评了整个市场营销领域，然而10年后，营销人士仍然被视为“出手阔绰、滑头滑脑和应对他人负责任的人”。

我们的研究还表明，在基本的市场营销技巧中营销人士的能力水平相当低，这是无法接受的。

许多所谓的“从业者”甚至未曾听说过制定良好的、完善的市场营销计划所必需的大多数商业调查方法，并且合格的营销人士（即通过相应的营销考试）所占的比例处于历史最低点。

我们现在考虑的事很可能会出现在一个将要成为会计师、建筑师、银行家或工程师身上，他们想当然地认为不用通过相应的水平测试就可以得到一份工作。

更令人沮丧的是，很多营销人士有种可怕的陋习，总是把自己的失误归咎于企业内的其他人，这很大影响了支持战略既然对市场营销状况的沸沸扬扬的评价既坦诚、公正又极具毁灭性，那么本书要做什么呢？

由于优秀的市场营销计划对营销人士至关重要，本小册子便开门见山地解决这一课题。

它揭开了市场营销计划所有神秘的面纱，扮演着正直的‘行为’向导的角色，以解决既非常困难但又十分重要的营销流程。

<<营销策划>>

编辑推荐

《营销策划》：市场营销权威马尔科姆·麦克唐纳力作《营销策划》简洁明快；它将帮助您理解严格的营销计划的好处，指导您制定一个切实可行的市场营销计划。

重点内容包括：营销审计和强弱危机综合分析限定市场和区域(或细分市场)理解产品和服务设定营销目标和营销战略广告战略和销售推广战略价格战略和销售战略分销战略和客户服务战略最好的营销培训教材，让你成为最优秀的营销人才

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>