第一图书网, tushu007.com

<<营销总监实战手册>>

图书基本信息

书名：<<营销总监实战手册>>

13位ISBN编号：9787113123192

10位ISBN编号：7113123198

出版时间：2011-1

出版时间：中国铁道

作者：郭汉尧

页数：266

字数：236000

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

内容概要

《营销总监实战手册》：每一家成功的企业背后，都有一位优秀的营销总监。
市场没有那么多柔情，拼的是业绩，拼的是能力。

那么，营销总监需要具备什么样的素质和能力，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地呢？

郭汉尧老师最新书籍
《营销总监实战手册》从观念、业务、管理、危机和修炼五大方面展开论述，将营销总监的定位、职责、任务和实战相结合，通过经典案例的解读和营销实战心得的讲述，为营销总监在明确自身定位、把握目标市场、精确营销、规避市场风险、提高管理效率与自我提升等方面提供指导。

作者简介

郭汉尧　实战派品牌营销策划专家、资深品牌运营专家、成长型企业品牌运营管理专家。
资深经销商、金牌销售培训专家。
多家成长型企业品牌营销顾问，13年品牌企业、品牌营销策划机构职业经理人经历，拥有丰富的营销实战经验。
独创“尖刀式”成长赢利模式，品牌运营“四轮驱动”理念。

现任九洲同行品牌营销策划机构领军人物、汉硕国际管理学院MBA特邀教授、步之霸品牌营销顾问、贵派企业品牌营销顾问·营销学院院长、奥华电气首席品牌营销顾问。
《销售与市场》杂志营销团专家、《赢家大讲堂》特聘专家。

第一图书网, tushu007.com

<<营销总监实战手册>>

书籍目录

观念篇
第一章 营销总监的角色认知
营销总监的工作职能
营销中心的组织架构
营销总监的五大任务
营销总监的重要地位
第二章 营销总监的观念梳理
熟知企业文化
了解企业使命和目标
将企业战略执行到底
以营销创造竞争优势
业务篇
第三章 擦亮“眼睛”，做好营销调研
营销调研的重要性
营销调研的基本常识
营销调研的主要方法
营销调研的基本技术
第四章 洞察消费心理，满足消费需求
如何洞察消费心理
顾客类型及购买行为模型分析
消费者市场购买的基本行为
第五章 把控竞争对手，取长补短，避实就虚
认识你的竞争对手
灵活运用SWOT分析法
竞争为先，策略先行
必须知道的竞争手段
第六章 产品研发，给产品插上“翅膀”
产品研发，市场导向
新产品研发和产品生命周期决策
产品线以及产品优化组合
产品研发和品牌策略
产品研发和定价策略
第七章 分销渠道管理
识别分销渠道的功能与类型
设计独特的分销渠道
分销渠道的管理和维护
分销渠道系统的发展与渠道扁平化
第八章 整合营销传播
什么叫整合营销传播
整合营销传播的特性
整合营销传播的基本方法
管理篇
第九章 营销总监基本的管理技能
制定计划
行动和检查

授权
指导
拟定绩效期望
传达绩效期望
有效沟通
做好培训
第十章 对上的执行力
执行力的构建
营销总监应该具有强大的执行力
执行力不仅仅是执行的问题
第十一章 对下的领导力
获得追随者的能力就是领导力
领导力的具体表现
员工的有效管理
创造积极的工作氛围
做一个超级教练
第十二章 对左右的协调力
注意，你是一个团队
追求合作，学会让步
危机篇
第十三章 营销总监的问题所在
以高手自居，不尊重企业历史
缺乏对外部市场的全面了解，贻误战机
重视短期利益，忽视长远发展
用老思维解决新问题，跟不上时代
修炼篇
第十四章 营销总监的自身素质修炼
时间管理的基本方法和技巧
压力管理的基本方法和技巧
会议管理的基本方法和技巧
冲突管理的基本方法和技巧
第十五章 学习永无止境——营销总监的成功之路
向理论学习
向实践学习
向同行学习
后记

章节摘录

版权页：营销总监的工作职能在如今市场经济飞速发展的时代，企业对营销总监的要求越来越高，但同时我们也发现，真正能够胜任营销总监岗位的人却并不多。
据我所知，有很多营销总监并不了解岗位的职责，甚至对营销中心囊括哪些部门都不清楚。
这不得不说是一件可悲的事情。
营销总监作为企业中一个重要的管理职位，承担着很多重大责任，必须拥有足够的权力，才能保证责任的履行与任务的完成。
比如说，在职务权力上，营销总监要拥有审批各区域市场促销费用计划的权力；在影响力上，营销总监应受到其他成员对于其领导能力、品质或业绩的敬佩；在对重要资源的控制上，营销总监对企业的员工、专家、设备与资金等资源有着决定性影响。
与权力相对应的是职能，具体来说，营销总监应该具有以下几种职能。
一、全权处理营销工作的职能一家企业的营销工作包括的范围十分广泛，包括环境分析、需求预测、市场调查与分析、新产品开发与设计、价格定位、渠道管理、包装、促销管理、营销战略的制定等。
这些营销工作的具体安排，都必须由营销总监来做。
所谓“全权”，是指营销总监必须有独立安排与处理本部门工作的权力，其他任何上级不得干涉，对营销人员的命令必须来自于营销总监，否则，是很容易发生任务冲突。
二、参与制定企业发展战略的职能营销总监也拥有参与制定企业发展战略的职能。
为什么这么说呢？
首先，营销总监掌握着大量的市场信息，对外部环境的分析比较透彻，对风险的敏感性和对机会的把握能力比较高。
其次，营销总监对企业的情况，如组织结构、生产能力、资源状况、市场状态、产品状况等了解比较全面，所以，对企业发展的现实性和可行性有更明确的认识。
三、合理配置企业资源的职能这种资源配置权分为两种。
一种是直接的资源配置权力，即营销总监在业务管辖范围内，可以直接分配各种资源，如有权决定市场调研的费用、广告宣传的费用。
另一种是间接的资源配置权力，如营销总监可以向总经理建议花多少费用来搞科研开发，花多少费用来扩大生产等。
四、领导和管理下属的职能营销总监的许多工作都是由其下属营销经理来完成的。
营销经理受营销总监的指挥与监督，并向其直接报告。
因此，从某种意义上讲，营销总监不是光杆司令，必须具备较强的管理和领导能力，要懂得授权和放权，要懂得从下属手里拿结果。
营销中心的组织架构营销战略的成功在很大程度上取决于合理的机构。

媒体关注与评论

这是一个注重综合素质的时代，要成为一名优秀的营销总监应当提升自己的综合能力。
本书从观念、业务、管理、危机和修炼五大方面展开论述，可以帮助营销总监在激烈的市场竞争中立于不败之地。
——张海良 北京今天胜德品牌管理咨询有限公司首席专家如何成为一名顶级的营销总监？
本书给出了系统的方案，可谓一书在手，百万年薪唾手可得。
——李维华 典咨询机构董事长从某种程度上说，营销总监的成败决定着企业的成败。
那么，营销总监如何前瞻竞争态势，洞悉营销方向进而展开有机的组织和运营？
如何帮助企业实现持续增长？
看了这本《营销总监实战手册》，你会豁然开朗。
——赵海男 北京七彩大川管理咨询有限公司董事长

编辑推荐

《营销总监实战手册》：明确自我职场定位，把握市场营销本质，领悟高效管理之道，直面职业发展危机教你做年薪百成的营销总监。

第一图书网, tushu007.com

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