

<<电信行业精确营销方法与案例>>

图书基本信息

书名：<<电信行业精确营销方法与案例>>

13位ISBN编号：9787115157904

10位ISBN编号：7115157901

出版时间：2007-5

出版时间：人民邮电

作者：林有宏

页数：327

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>

<<电信行业精确营销方法与案例>>

内容概要

《电信行业精确营销方法与案例》围绕精确营销的3个环节——营销策划、营销执行和营销评估展开，通过基本的理论知识阐述，结合一系列精彩的案例分析，分析总结了电信行业进行精确营销的经验及教训，每章既单独成文，合起来又形成一个循序渐进的营销全过程，方便读者灵活选择阅读。其中最有价值的案例大都来自营销研究人员在电信一线营销实战中的精选典型事例，不仅实用，而且颇具代表性。

丰富的案例涵盖了大客户、商业客户、住宅客户、个人客户和流动客户等各类消费群；在产品方面也涉及到话音、数据、信息业务等。

若读者融会贯通其中的理念、方法和步骤，则在真实的市场营销实战中必能举一反三，有效提高营销策划、执行、管控的能力。

<<电信行业精确营销方法与案例>>

作者简介

林有宏，挪威商学院信息通信管理硕士，暨南大学管理学硕士。
中国电信集团科学技术委员会委员（业务组），高级工程师。
有多年电信网络运营、培训咨询和电信新产品研发与策划经验。
近期侧重于消费者心理、服务产品设计及客户服务等方面的研究。
发表学术论文近20篇。

<<电信行业精确营销方法与案例>>

书籍目录

上篇 电信行业营销策划篇第1章 营销机会研究1.1 给你一双慧眼：营销机会无处不在1.2 将种子撒了肥沃的土地上1.3 谁是最有价值的客户1.4 别让营销机会擦肩而过1.5 案例：中小企业新业务营销策划第2章 市场细分2.1 市场细分的黄金法则2.2 科学与艺术的结合——有效的市场细分2.3 案例：电信公司商业客户市场细分2.4 案例：住宅小区客户消费模式细分2.5 案例：移动通信业务个人客户细分第3章 体验营销策划3.1 体验营销，跨越传统的营销革命3.2 体验营销的奶酪3.3 体验营销初试锋芒3.4 案例：香港移动通信CSL品牌的魅力体验3.5 案例：力挽狂澜，大客户体验营销成功案中篇 电信行业营销执行篇第4章 套餐梳理4.1 亮剑在手：套餐梳理4.2 慧眼识别问题套餐4.3 套餐梳理6步法4.4 案例：宽带套餐梳理第5章 方案推广5.1 如何在短时间内聚集人气5.2 精确的渠道选择5.3 客户接触点的细节管理5.4 行之有效的营销试点5.5 营销波的管控5.6 案例：某年轻通信品牌的大型活动推广5.7 案例：小灵通套餐续的转型方案推广第6章 流程优化6.1 把握流程优化的最佳时机6.2 如何识别流程优化的关键环节6.3 尽善尽美的流程优化6.4 流程优化的金钥匙6.5 案例：应对客户流失的流程优化第7章 激励机制7.1 激发客户代表的工作热情真的那么重要吗7.2 拿什么激发工作敬业度7.3 让每块金子都发光7.4 案例：片区经理激励措施下篇 电信行业营销评估篇第8章 营销方案预评估8.1 预评估——四两得千金8.2 营销预评估不等于营销审计8.3 如何模拟真实环境进行预评估8.4 案例：本地电话套餐预评估第9章 营销效果后评估9.1 拨开后评估的重重云雾9.2 四步在手，轻松完成后评估9.3 抓住关键的后评估指标9.4 明察秋毫，执行评估有绝招9.5 案例：市话亲情套餐效果后评估第10章 营销活动全程评估管理10.1 运筹帷幄，全程评估10.2 全程评估：路漫漫其修远兮10.3 全程评估方位透视10.4 案例：组合套餐全程评估附录1 营销咨询的程序附录2 联合分析常见的方法和应用价值附录3 流程优化工具一览表参考文献后记

<<电信行业精确营销方法与案例>>

编辑推荐

《电信行业精确营销方法与案例》适用于电信行业高层管理者、市场营销管理人员和市场营销研究人员，以及所有对电信营销感兴趣的人士。

《电信行业精确营销方法与案例》也可作为高等院校市场营销、MBA及相关管理专业学生和教师的教材和参考用书，以及相关培训班的教材。

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>