

<<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：9787115192295

10位ISBN编号：7115192294

出版时间：2009-2

出版时间：人民邮电出版社

作者：林有宏 等主编

页数：329

字数：421000

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>>

前言

在电信行业做营销研究工作有11年了，出版一本有关电信市场营销的实战方法与精彩案例的著作是我们这个团队的同事们几年来的心愿。

写作是一个自我总结和提升的过程，无论是理论模型还是案例分析。

本书中所涉及的资料和事例极其广泛，提炼的过程也相当不容易，因为我们想把最好的方法与工具奉献给读者，使读者能从中得到启发。

“超越所见，才是远见”是我们的座右铭。

尽管我们积累思考多年，倾尽全力，力求使本书成为一部有思想、有价值、系统实用的涉及营销实战方法的专著，但由于时间、水平和保密等诸因素的限制，书中仍留有遗憾。

<<电信行业精确营销方法与案例>>

内容概要

本书围绕精确营销的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。

本书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。

本书也可作为高等院校市场营销、MBA及相关管理专业学生的教材和教师参考用书，也可作为相关培训班的培训教材。

<<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。

黄宇芳，中山大学国际企业管理硕士。
中国电信集团市场营销专家，高级经济师，中国品牌营销学会理事。
有11年电信市场研究丰富经验，是国内电信行业成立最早、综合实力最强的电信企业内部市场研究与咨询机构骨干。
所擅长的领域包括客户消费行为研究、套餐及价格研究、客户保持研究、品牌形象研究、激励机制研究等。
2001年发表著作《市场研究典型案例》，发表学术论文30余篇。

<<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 将种子撒在肥沃的土地上	1.3 谁是最有价值的客户	1.4 别让营销机会擦肩而过
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	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	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
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	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	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	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 预评估常用工具——套餐测试	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	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 全程评估全方位透视	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>>

章节摘录

上篇 电信行业营销策划篇 第1章 营销机会研究 通信领域，正经历着天翻地覆的变化：电信业总体增长速度迅速放缓，用户总体规模的增长也逐步放慢；新技术新业务的不断出现，在为电信行业带来更多更丰富的产品和服务的同时，也给传统通信业务带来了巨大的冲击。甚至可以从任何一家运营商那里听到这样的抱怨：市场不再充满诱惑，收入增长速度变得令人难以接受，太多用户离网而没有好的办法，手里没有可以带来企业成长的产品……如此等等。

于是，电信行业都在积极探索新的营销手段、寻求新的发展路径和营销机会。毕竟，市场规律肯定地告诉我们：只有能够适应形势的变化、准确把握和创造营销机会的企业，才能真正获得市场的成功。

<<电信行业精确营销方法与案例>>

编辑推荐

形而上谓道，形而下谓器。

工欲善其事，必先利其器。

精确营销：开创电信企业战略转型新局面。

《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的教材和教师参考用书，也可作为相关培训班的培训教材。

<<电信行业精确营销方法与案例>>

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>