

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787300029757

10位ISBN编号：7300029752

出版时间：1999-05

出版时间：中国人民大学出版社

作者：（美）格林,威廉姆斯

译者：李进

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>

<<市场营销>>

内容概要

小企业译丛

市场营销

本书简洁明了，分析透彻，针对性强，是小企业经营者的必读书。

小企业主可利用本书讲述的方法改进他们的营销技巧。

在书中，读者将学习到如何成功地制定并实施个性化的营销计划。

本书内容包括：

选择目标市场

进行市场调查

选择并实施营销战略和战术

<<市场营销>>

作者简介

<<市场营销>>

书籍目录

目录

前言

挑战1 从顾客的角度考虑问题

第一部分：小企业营销的基础知识

个人专题训练 # 1：从顾客的角度考虑问题

如何创造有效营销

个人专题训练 # 2：现在我们如何营销

成为市场导向的企业

个人专题训练 # 3：你的企业是否是市场导向的？

选择你的顾客

对你的企业来说这意味着什么？

三种类型的顾客

顾客意识

个人专题训练 # 4：我们目前的顾客构成

第二部分：自己进行营销调查

为什么要进行营销调查

个人专题训练 # 5：我们的问题是什么？

调查的类型

抽样调查

问卷设计

分析和解释调查结果

从哪里可以得到市场调查的帮助

你已经完成了挑战1

挑战1自我评估

挑战2制定节约的营销计划

什么是营销计划？

为什么需要营销计划？

为什么有些营销计划会失败？

营销计划总览

营销计划：现状分析

分析经营环境

个人专题训练 # 6：分析经营环境

关注最可能的顾客群

细分市场：两种办法

选择目标顾客

个人专题训练 # 7：消费者市场

产业用品市场

个人专题训练 # 8：商务或产业用品市场

<<市场营销>>

顾客需要

个人专题训练 # 9 : 理解顾客的需要

估计产品或服务的市场需求

评估市场潜量

个人专题训练 # 10 : 估计销售额

评价竞争对手

个人专题训练 # 11 : 评价竞争者

检查自己的企业

进行SWOT分析

个人专题训练 # 12 : SWOT分析

企业形象

个人专题训练 # 13 : 检查自己的企业

进行对比

个人专题训练 # 14 : 成功经营的关键因素

营销计划 : 制定营销目标

使用SMART方法

个人专题训练 # 15 : 制定营销目标

营销计划 : 制定营销战略和行动计划

个人专题训练 # 16 : 我的行动计划

评价结果

个人专题训练 # 17 : 监督我的目标

你已经完成了挑战2

挑战2自我评估

挑战3 制定有效的营销组合

第一部分 : 产品决策

产品组合

个人专题训练 # 18 : 我们的产品组合

新产品

质量担保

品牌战略

包装

标签

产品生命周期

产品生命周期对企业营销决策有何影响

个人专题训练 # 19 : 我们的产品或服务处于

产品生命周期的哪个阶段 ?

第二部分 : 渠道决策

市场展露度

分销渠道

营业场所

营业时间

个人专题训练 # 20 : 如何把我们的产品送到

消费者手中

第三部分 : 定价决策

定价决策的任务

降价的谬误

<<市场营销>>

制定价格时考虑的主要因素

个人专题训练 # 21：我们如何定价，第一步 ~
第六步

你已经完成了挑战3

挑战3自我评估

挑战4市场沟通

促销计划的基础

检查你的企业：优势、弱点、企业形象

制定促销计划

制定促销计划时的四个关键问题

促销目标

个人专题训练 # 22：促销目标

交流什么 促销广告词

个人专题训练 # 23：特色和利益

市场定位

个人专题训练 # 24：描述你的细分市场

促销广告语言

广告文字的注意事项

广告的类型

个人专题训练 # 25：编写广告

标题

个人专题训练 # 26：标题

个人专题训练 # 27：促销宣传品清单

如何沟通促销广告

口头传播、人际网络、个人推荐

直邮信件、个人信件、广告传单

顾客名单

包装

人员推销

有效的顾客导向推销的步骤

接触顾客以及布置场景和道具

电话营销

公共关系

业务通讯

销售促进

广告

评价促销工具

你已经完成了挑战4

挑战4自我评估

你已经掌握了营销的概念

关键词索引

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>