第一图书网, tushu007.com

<<营销技巧速查宝典>>

图书基本信息

书名：<<营销技巧速查宝典>>

13位ISBN编号：9787302304388

10位ISBN编号：7302304386

出版时间：2012-11

出版时间：清华大学出版社

作者：顾柳堃

页数：302

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

前言

随着知识经济脚步的到来，各种各样的高科技产品不断地改变着我们的生活，同时也悄然改变了市场的游戏规则。

在我国加入了WTO之后，我们与全球市场的联系变得更加紧密，贸易往来和互动变得更加频繁。我国企业要占领国外市场，国外的企业也纷纷抢滩中国。

我们的企业所面对的是那些已经运作了几十年甚至上百年的企业，并要与它们在营销上一较高下。

而与此同时，消费者的口味也越来越刁钻，人们追求个性、便捷和时尚的心理越来越强。

企业稍有不慎，就可能被市场淘汰，所以营销就显得尤为重要了。

什么是营销、如何策划营销方案、使用哪种营销方式等，本书将一一为读者解开这些谜题，让读者清晰透彻地了解营销、利用营销、解决营销中的实际问题。

在这里，我们真诚地希望这本书可以为您的工作排忧解难，能够为您所用。

……

内容概要

市场营销是一门有趣的学问。
通过对营销知识的学习，可以了解一个企业应该如何适应市场、如何引导市场以及如何创造市场，也可以教会你该如何经营你的企业、如何通过营销生财，还可以告诉你如何将企业打造成一个品牌并因此获得更多的收益。
《学以致用实用百科速查系列：营销技巧速查宝典（实例白金版）》从企业和营销人的利益出发，采用案例和知识讲解相结合的方式，并穿插好玩有趣的漫画，对各种营销知识进行详细讲解。
《学以致用实用百科速查系列：营销技巧速查宝典（实例白金版）》结构系统、合理，案例贴近实际，指导切实可行，讲解清晰明了，是阅读和学习的最佳选择。
《学以致用实用百科速查系列：营销技巧速查宝典（实例白金版）》适合刚开始接触营销的读者和正在从事营销活动的读者，以及各大高校培训班相关专业的在读学生阅读，同时也适合所有对市场营销有兴趣的读者阅读。

<<营销技巧速查宝典>>

书籍目录

第1篇 营销的必备知识第1章 营销的热身运动1.1 什么是营销1.2 有的放矢——了解市场和客户需要什么1.3 你想成功吗——制定一套市场营销的战略1.4 有计划才能成功——准备一项整合营销的计划汞1.5 人脉是最好的社会资本——怎样建立客户关系1.6 如何做到更好的营销——从顾客中获得价值1.7 把所有的资源整合起来——整合营销的概念第2章 通过换位思考了解消费者和市场2.1 社会人不可避免的问题——营销环境1.营销的宏观环境2.营销的微观环境2.2 作出快速反应的关键——营销信息整合2.3 消费者都在想什么2.4 商业购买者在想什么第2篇 怎样做一个漂亮的营销策略第3章 感悟营销策划3.1 什么是营销策划1.策划是集思广益的结果2.营销策划的重要作用3.如何进行营销策划3.2 什么是好的营销策划1.好的营销策划的标准2.如何解决营销策划实施过程中问题3.3 你该考虑什么问题1.以市场为主的营销理念2.知识营销的理念3.4 营销策划也要造势1.如何进行造势2.造势的三种方式3.5 市场调研做什么1.市场调研的具体内容2.如何进行市场调研第4章 营销策划的实战训练4.1 产品好才是王道——产品营销策划1.创意的策划2.新产品策划3.产品的推广策划4.改变现有产品的形象4.2 渠道也重要——分销渠道的营销策划1.代理商数量2.管理代理商3.冲突的解决4.3 人靠衣装马靠鞍——企业形象策划1.理念识别策划2.行为识别策划3.视觉识别策划4.4 快速获胜的法宝——营销制度策划1.连锁经营2.特许经营3.代理制度4.5 新技术应用——网络营销策划1.网络营销的初步认识……第3篇 营销管理的人和事第4篇 品牌那点儿事第5篇 教你营销的小技巧第6篇 定价的学问第7篇 营销的方式参考文献

章节摘录

由于资料的客观性，所以这种客观评估也是比较可信的。
但是，客户的心理和市场环境的变化却是无法用数据来衡量的。
因此，这种评估也不一定准确，这就需要进行主观方面的评估。
主观评估的第一个方面就是顾客宗旨。
它包括管理部门是否认识到了满足所选市场需求的重要意义，这些市场是否符合公司的长期发展目标，是否还有潜力，是否有推广的可能性，还包括管理部门是否为不同的细分市场执行了不同的产品和营销策划。
另外，在管理部门制订营销计划的时候，是否采用了整合营销的观点，有没有可能通过营销系统的改变给企业带来更多的机会，又要避免哪些变革。
这些问题都是建立在顾客宗旨上的，意在评估策划是否把顾客放在第一位，执行的过程有没有充分考虑市场和顾客。
第二个方面是考察营销组织的。
根据目前的营销资源和模式，你们是否还进行了有效的整合，这些整合的活动是否发挥了其应有的作用。
营销部门和其他部门的关系又是怎样，是互相独立的呢，还是有效合作的关系。
另外，新产品的生产过程又是否顺利等。
这主要是对实施策划的营销组织进行评估，整合是说工作方法，与其他部门的相处是说工作关系，而新产品生产过程又是对组织和结构的一种考察。
第三个方面是对营销信息的评估．这里，营销人员需要回答这样几个问题：最近一次的市场调查是什么时候，这次调查是否全面，对于影响顾客购买的因素，营销渠道方面和竞争对手方面是否都有透彻的调查。
这是外部信息，对内部的营销信息也要调查清楚，营销部门有没有对细分市场、顾客群体，以及不同区域的销售能力、销售潜力和盈利的情况进行详细的了解。
另外，测定不同营销费用的成本收益，是否要花费很大的人力、物力和财力。
第四个方面是战略导向。
要看看营销部门是不是每年都在编制详细的年度营销计划，是不是有一个细致的长期计划。
目前的战略导向是否明确，有没有具体的资料支持这个战略。
还有，营销部门是否有一套应急计划，以备不时只需。
……

媒体关注与评论

你一生中卖的唯一产品就是你自己。
——乔·吉拉德　　没有商品这样的东两。顾客真正购买的不是商品，而是解决问题的办法。
——特德·莱维特　　销售专业中最重要的字就是“问”　　——博恩·崔西　　营销学不仅适用于产品与服务，也适用于组织与人，所有的组织不管是否进行货币交易，事实上都需要搞营销。
——菲利普·科特勒　　在购买时，你可以用任何语言：但在销售时，你必须使用购买者的语言。
——玛格丽特·斯佩林斯

编辑推荐

《学以致用实用百科速查系列：营销技巧速查宝典（实例白金版）》不仅是一本营销技巧的速查手册，也是一本教会你如何营销自己的书。

这不仅是一本让你看的书，也是一本让你学的书，更是一本教你做的书。

这不仅是一本有精彩案例的书，也是一本有详细指导的书，更是一本可以带给你欢笑的书。

翻开这本书，你就找到了通往营销世界的大门。

翻开这本书，你也就走上了获取财富的道路。

一本教你营销、盈利，并持续发展的实用秘籍，人生就是一场最大的营销。

方便实用的市场营销技巧，全新超值双色版。

一个人也许只需要花一天就可以参与营销，但是要掌握它却需要一辈子，所以你需要这本书。

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