

<<工业品营销学>>

图书基本信息

书名：<<工业品营销学>>

13位ISBN编号：9787303115945

10位ISBN编号：7303115943

出版时间：2010-10

出版时间：北京师大

作者：丁兴良

页数：303

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>

<<工业品营销学>>

内容概要

结构体系化和执行标准化：提供一套系统的工业品营销管理体系：对企业所需要的工具表格等设计出可执行的标准化步骤。

案例生动化：作者十几年销售生涯的亲身经历，十年的咨询和培训工作的心得体会，形成本书丰富的“案例分享”和“实战总结”内容，加深理解。

使用实战化：分享工业品营销的观点、方法、工具和技巧，突出解决细节问题的方案和程序，是企业管理层和一线销售人员可以直接使用的操作性指导书。

作者简介

丁兴良，中国工业品实战营销创始人；国内大客户营销培训第一人；卡位战略营销理论的开创者；中欧国际工商管理学院EMBA；工业品营销研究院首席顾问。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”，《财智》杂志“杰出培训师”；2006年“中国十大企业培训师”；2007年第三届中国管理大会“杰出管理专家奖”；2008年，任中国市场学会常任理事；2009年专著《营销突围策略》荣登当年“中国营销杰出著作榜”；2010年“全球营销类华人十强讲师”。

曾任多家世界500强企业营销经理和副总，产品销量多次全行业第一；18年知名企业实战营销高管经验；15年研究工业品行业营销的专业背景；8年营销专业培训与咨询经历；曾任70多家企业咨询项目高级顾问；1000多场的营销培训经验。

名副其实的实战派、实力派，教学实用派资深营销讲师。

长期担任清华大学、北京大学、复旦大学、上海交大等著名学府EMBA、MBA、总裁班特聘讲师。

擅长领域有工业品营销战略、团队组织管控、项目性营销、大客户营销、渠道营销、品牌战略等。

出版工业品营销专著50余本、营销光盘十余套。

书籍目录

第一章 “可口可乐和推土机”的营销故事 一、透视雷销的本质 二、风靡全球的可口可乐营销模式 三、JR企业失败的启示 四、可口可乐和推土机营销的差异第二章 了解工业品市场营销 一、工业品市场概述 二、工业品营销的特点分析 三、国家行为到市场竞争时代 四、工业品营销系统第三章 工业品市场战略营销第四章 工业品营销管理模式第五章 工业品营销组织第六章 工业品市场策略第七章 工业品营销渠道开发第八章 工业品营销队伍建设与管理第九章 工业品营销的前景和发展经典案例一经典案例二参考文献

章节摘录

版权页：插图：（四）工业品服务营销服务营销是一种通过关注客户，进而提供服务，最终实现有利的交换的营销手段。

实施服务营销首先必须明确服务对象，即“谁是客户”。

像饮料行业的客户分为两个层次：分销商和消费者。

对于企业来说，应该把所有分销商和消费者都看做上帝，提供优质的服务。

通过服务，提高客户满意度和建立客户忠诚度。

1.服务营销在工业品市场的必要性首先，服务营销有利于提升客户的满意度与忠诚度。

工业产品客户的生命周期一般比较长，所以满意而忠诚的客户带给企业的回报是长远和巨大的；而服务营销的着力点是攻心为上，其核心是通过提升客户满意度去培养忠诚度，因此二者的结合点十分清晰和契合。

其次，服务营销有利于工业品企业的品牌建设。

关于商业社会中品牌的作用在此不做赘述，然而相对于当今正如火如荼进行的消费品品牌大战而言，工业品企业不是品牌意识较弱，就是尚未找到工业品品牌推广的方法，其实无数成功案例已经证明服务营销正是品牌传播的高效之术。

最后，服务营销有利于树立差异化竞争优势。

工业品的同质化时代也已来临，不同供应商之间很少能形成价格差异，在成熟的工业品市场上普遍存在着价格竞争的压力，对于许多企业来说，防止同质化趋势的营销努力是工业品市场策略的关键。

为了跳出价格恶性竞争的圈子，工业品企业必须在产品本身相关概念之外寻找突破口，而服务营销正为企业提供了一个从客户心理、情感、精神的角度树立某种差异化竞争优势的方法。

2.工业品行业的五层服务营销第一，解决抱怨——对客户显示积极态度。

服务客户的第一个层次，也是首先要解决的是客户的抱怨。

客户抱怨的时候是最需要平息的，因为这个时候客户产生了抱怨，我们必须解决他的不满。

这个时候客户的抱怨也是最容易解决的，是挽留客户的最好时机。

第二，内部流——建立服务的标准化体系。

内部流是指客户产生要求的时候，我们要在企业解决客户要求的内部流程上来考虑。

我们建立服务的标准化体系都是有一定范围的，按照流程来处理问题，满足客户的要求。

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>