

<<营销策划理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<营销策划理论与实践>>

13位ISBN编号：9787312031731

10位ISBN编号：7312031730

出版时间：2013-1

出版时间：中国科学技术大学出版社

作者：朱华锋

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>

<<营销策划理论与实践>>

内容概要

<<营销策划理论与实践>>

书籍目录

第3版前言 第2版前言 前言 第一章营销策划导论 第一节营销策划概念 第二节营销策划思维 第三节营销策划谋略 第四节营销策划误区防范 第五节营销策划方案编写 第二章市场调研策划 第一节市场调研策划与执行流程 第二节营销环境调研策划 第三节市场需求调研策划 第四节市场竞争调研策划 第五节营销策略调研策划 第六节营销绩效调研策划 第三章市场定位策划 第一节市场定位策划概述 第二节企业定位策划 第三节品牌定位策划 第四节产品定位策划 第五节企业形象策划 第四章品牌策划 第一节品牌建设策划 第二节品牌命名策划 第三节品牌延伸策划 第四节品牌拯救策划 第五章产品策划 第一节产品策划原理 第二节产品规划 第三节新产品上市策划 第四节疲软产品提升策划 第六章价格策划 第一节价格策划原理 第二节终端价格策划 第三节价格结构策划 第四节价格体系策划 第五节价格调整策划 第七章分销渠道策划 第一节分销渠道策划原理 第二节分销布局策划 第三节分销模式策划 第四节通路招商策划 第八章广告传播策划 第一节广告传播策划原理 第二节广告诉求主题策划 第三节广告创意策划 第四节广告媒体策划 第九章公关传播策划 第一节公关传播策划原理 第二节新闻公关策划 第三节赞助公关策划 第四节危机公关策划 第十章促销活动策划 第一节促销活动策划原理 第二节买赠促销策划 第三节特价促销策划 第四节节假日促销策划 第五节服务促销策划 实战案例索引

<<营销策划理论与实践>>

章节摘录

版权页：我们认为，以“奇”“正”辩证思想来处理现代营销战争中的企业、消费者和竞争者三者之间的关系，最根本的准则是：以“正”赢得消费者，以“奇”战胜竞争者。以“正”赢得消费者是营销策划以及营销取胜的根本，以“奇”战胜竞争者是营销策划以及营销取胜的表象。

在营销战争中，可以甚至需要“出奇”，但是前提和根本是“守正”。

离开或者背离“消费者正道”的任何营销创新“出奇”都是没有市场意义的资源拼杀与耗费。

在现代市场营销中，必须先守正再出奇，正合才能奇胜，这就是对“守正出奇，正合奇胜”运用于现代市场营销的核心理解。

阿里巴巴马云说：做企业不是盯着对手，而是盯着客户。

做企业不是打仗，不要持有跟谁比、超越谁的想法，做好客户服务才是做企业的关键，更是企业生存的真谛。

2.守正之本是创造顾客价值“正合消费者”的根本含义，就是为消费者创造价值。

“奇胜竞争者”的关键策略就是比竞争者更好更快地为消费者创造价值。

在营销策划上总是琢磨出奇，很有可能会走上邪路。

市场营销在发达国家自诞生至今已有一百年，中国改革开放引进市场营销也已经超过了三十年。

我们已经进入了营销无处不在的时代。

然而与真正的营销科学与艺术混同在一起的还有过度营销与欺诈营销，现实当中，一些无良商贩假借营销的名义招摇撞骗，妖魔化了营销，他们在损害消费者利益的同时也损害了营销的声誉。

我们需要厘清营销的本质，把握营销的真谛：创造、传播和交换价值。

守正首先要“正心”，奉行价值营销理念。

德鲁克认为，企业存在的唯一目的在于创造顾客，因此企业的价值也取决于其顾客：顾客多还是少，大还是小，忠诚还是不忠诚，决定了这个企业值多少钱，而非传统观点所认为的资产。

企业只有赢得了顾客的满意和忠诚，才会有未来的赢利保障，而顾客是否满意取决于营销为其创造的价值大小。

从顾客导向这个意义上讲，营销的最高境界是“己欲立而立人，己欲达而达人”，营销的底线是“己所不欲，勿施于人”，目标远大的营销其实相当于一种慈善活动。

守正其次要“正身”，做到“知行合一”。

企业所有的工作都是直接或间接为顾客创造价值的。

有一句在诠释企业内部将顾客导向落实到自身行动中的话说得特别好：“如果你不是直接为服务顾客，你就是在为顾客服务的人服务。”

营销人员必须深入研究顾客的需求，研究其行为规律和行为特点，分析影响购买行为的各种因素。

多渠道加强与顾客之间的沟通，养成从客户的角度看问题的习惯。

与顾客沟通时，采用他们熟悉的语言，以及他们喜欢和愿意接受的方式，然后尊重顾客的意见和建议，以超越竞争对手的方式去满足顾客需求。

<<营销策划理论与实践>>

编辑推荐

<<营销策划理论与实践>>

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>