

<<本土经验>>

图书基本信息

书名：<<本土经验>>

13位ISBN编号：9787501771967

10位ISBN编号：7501771960

出版时间：2006-1

出版时间：中国经济

作者：阚功俭

页数：301

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>

<<本土经验>>

内容概要

本书共分八章：第一章——市场调研决策、第二章——消费者行为分析、第三章——市场细分与目标市场营销战略、第四章——品牌策略、第五章——价格策略、第六章——渠道策略、第七章——促销策略、第八章——竞争战略。

书籍目录

第一章 市场调研决策 第一节 核心概念和理论精要 第二节 经典案例 第三节 消费者行为分析 他山之石
第二章 消费者行为分析 第一节 核心概念和理论精要 第二节 经典案例 第三节 消费者行为分析 他山之石
第三章 市场细分与目标市场营销战略 第一节 核心概念和理论精要 第二节 经典案例 第三节 消费者行为分析 他山之石
第四章 品牌策略 第一节 核心概念和理论精要 第二节 经典案例 第三节 消费者行为分析 他山之石
第五章 价格策略 第一节 核心概念和理论精要 第二节 经典案例 第三节 消费者行为分析 他山之石
第六章 渠道策略 第一节 核心概念和理论精要 第二节 经典案例 第三节 消费者行为分析 他山之石
第七章 促销策略 第一节 核心概念和理论精要 第二节 经典案例 第三节 消费者行为分析 他山之石
第八章 竞争战略 第一节 核心概念和理论精要 第二节 经典案例 第三节 消费者行为分析 他山之石 后记

章节摘录

八、市场定位的层次 市场营销学中所描述的定位是一个多维的过程，它包括三个相互关联的步骤：确立产品定位、确立品牌定位、确立公司定位。

1. 产品定位 产品定位是将某个产品定位在消费者心中，让消费者产生类似的需求，就会联想起这种商标的产品。

一个产品应该包含三个层次：核心产品，即顾客真正购买的服务或利益；形式产品，指的是产品的物质形体及外观，是核心产品的载体；延伸产品，指购买这种产品的顾客所得到的附加利益和服务。

产品定位是市场定位的第一步，为了取得强有力的地位，企业必须围绕其产品的三个层面做文章，务必使自己的产品与市场上所有其它的同类产品有所不同，它应该在三个层面上具有一个或几个特征，看上去好像是市场上“唯一”的。

与其它同类产品的差异，越多越好，但也不一定非要在几个方面同时表现出差别，如在一个方面有所不同就行了，如“低价格”、“高质量”、“技术领先”等。

2. 品牌定位 企业销售出的产品往往与其品牌紧紧相联，顾客一旦认可了你的产品，实际上也就认可了这个产品的品牌，当一种知名品牌只代表某一特定产品时，产品定位与品牌定位没什么区别。

如当消费者一想起舒肤佳，就马上会把它与香皂联系起来；但当提起索尼这一品牌，头脑中却是索尼=高质量，这就是品牌定位成功的例子。

3. 企业定位 企业定位处于定位阶梯的最高层。

企业必须先定位他们的产品和品牌，然后才能在公众中树立企业美好的形象。

而作为定位的最后一步，企业定位对前两步起着强化的作用。

较高的企业定位可以确保企业的产品定位和品牌定位，一旦企业获得较高的地位，其它各种地位也就会相应地得到持续巩固，还会使企业产生长期效益。

没有好的产品定位和品牌定位，企业地位难以树立起来，但企业定位的内容和范围比前两者要广得多。

一个良好的企业形象和较高社会地位不仅应得到消费者的认可，而且，还应得到与企业有关的所有人员和机构的认可。

九、市场定位的败因分析 美国著名的营销学家、哈佛大学管理学院李维特教授提出一个新理论——营销近视症（定位近视）。

他断言：市场的饱和不会导致企业的萎缩，造成企业萎缩的真正原因是营销者目光短浅，不能根据消费者的需求变化而改变营销策略。

定位近视不仅可能在产品定位上出现，也可能在企业定位、品牌定位上发生。

1. 企业领域定位不准 企业定位不仅是自身形象定位，同时也是经营领域定位，两者是相互关联的。

许多企业常犯的一个定位错误是将自己从事的事业、领域定得过于狭窄。

他们从未认真地考虑过，也从未真正意识到自己所从事的是一项什么事业，因而人为地将自己限制在一个特定的领域内。

2. 过分迷恋质量定位 定位近视的另一大表现是企业把定位重点放在质量上，这些企业从未曾考虑到在动态市场环境下，企业的定位策略应随市场环境的变化而改变。

他们总认为只要有好的产品就能招来顾客，而想不到产品功能、式样、包装等可能在市场竞争中都可能被对手所超过，而单一的质量定位只能吸引消费者一时。

3. 产品品牌盲目延伸 定位近视的第三个表现是不顾市场反应盲目延伸产品品牌，以致原有品牌定位因为延伸而日趋模糊。

<<本土经验>>

编辑推荐

点评本土经典案例，提升本土营销法则，提炼实战操作流程，打造一流营销高手。

<<本土经验>>

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>