

<<营销一定有办法>>

图书基本信息

书名：<<营销一定有办法>>

13位ISBN编号：9787501777723

10位ISBN编号：7501777721

出版时间：2006-12

出版时间：中国经济出版社

作者：张颖，张德友编著

页数：191

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>

<<营销一定有办法>>

内容概要

《营销一定有办法：产品变成金钱的7个步骤》着眼于企业“外政”——如何做好产品的营销；旗帜分明——营销一定有办法！讲述“商品的惊险的跳跃”，即商品到货币的七个步骤：营销队伍建设、战略制定、信息调研、后勤保障、宣传策略、经销商管理和回款控制。

逻辑严整，篇幅紧凑，为企业管理者提供了营销运作的思路和实例。

企业也好，国家也罢，既有组织在，自然有相应的政治。

在企业而言，内政讲究的是管理和提高效率，外政旨在解决营销难题，拓展市场。

营销是决定企业成败的核心问题，而多少企业在“如何成功营销”面前踟躇难行、束手无策乃至山穷水尽。

《营销一定有办法：产品变成金钱的7个步骤》着眼于企业“外政”——如何做好产品的营销；旗帜分明——营销一定有办法！

讲述“商品的惊险的跳跃”，即商品到货币的七个步骤：营销队伍建设、战略制定、信息调研、后勤保障、宣传策略、经销商管理和回款控制。

逻辑严整，篇幅紧凑，为企业管理者提供了营销运作的思路和实例。

<<营销一定有办法>>

作者简介

蔡镇麟，经济学硕士、高级经济师、咨询师，曾服务客户长安福特公司、上海华源公司、内蒙古鹿王集团、鑫新股份公司、平高电气公司、新疆药业集团、北京富源公司、河南登封电厂、中贸联万客隆、燕京啤酒股份公司、上海长江经济联合发展（集团）公司、北京农产品中批发市场、海南中海能源股份公司、青海锂业公司、圣雪绒股份公司、秦始皇岛华联商城、中国农业银行、商务部、前国家经贸委等企业及机关，著有《管理如此简单》一书。

<<营销一定有办法>>

书籍目录

总序前言第一章 打造一支同行内最有效率的“销售军”第一节 拉好阵势，招强兵买壮马第二节 纪律保障，精锐之师第三节 响鼓也须重锤擂，奖励制度须分明第四节 培训，让强者更强本章案例快捷键企业内不需要“治外法权”美邮局前秩序井然加州州长守纪律，自搭帐篷为吸烟土拨鼠故事的启示第二章 营销制胜之完美攻略第一节 合身定战略，统筹保胜利第二节 卖点突出销路广第三节 紧跟市场，创新有道第四节 重品牌形象，扬四海之名本章案例快捷键个性化战略托出格兰仕微波炉大鳄美国汽车业四强的不同营销战略，个性的耐克鞋婷关内衣的卖点创制宛西制药公司的原料卖点乳制品及保健品的产品产地卖点联邦减肥朵朵粑个性包装挖掘卖点饮料市场不断进行产品创新海尔集团的品牌建设冠生园一失足成千古恨第三章 做好全方位调查，决胜信息战第一节 掌握风云变幻，占尽八方运势第二节 知彼有方，克敌制胜第三节 知不足求发展，重视反馈信息本章案例快捷键长虹集团提前采购原材料IKEA家具深入人心，拓展市场国外奢侈品走下“神坛”囤积吉他不失时机，三星大赚特赚吉列研发女用“刮毛刀”。

绝非心血来潮长汽情报处地位不断攀升引发的思考“领航员计划”--引导IBM步入正轨点球决战比情报肯德基提供满意服务抱怨声拯救了燧石轮胎国际商用机器公司防止顾客流失第四章 兵马未动粮草先行。

顺畅流程后勤保障第一节 完善的仓管是畅通物流的基础第二节 恰当的运输方式是取胜价格战的决定性因素第三节 强化配送管理，让物流更顺畅本章案例快捷键日企“六不”原则，提高装卸流程效率由刘邦封赏知配给的重要地位第五章 个性化宣传手段。

让事业直上九重天第一节 审时度势，做宣传、定手段第二节 理智投入，丰厚回报第三节 突破常规，借力打力第四节 行之有效的促销，名利双收的效应本章案例快捷键移动、伊利--高价竞标缘为何秦池酒--弄巧成拙失江山碳化钙公司的广告策划--审时度势见奇效总统“售书”万宝路--牛仔品位行销远埃德加公司--定期抽奖，激发购买欲第六章 管好经销商，玩转营销力第一节 解读经销商，走出“选婿”误区第二节 “选婿”三步走，称心又满意第三节 准确定位经销商，达到双赢是最佳第四节 支援经销商，有舍才有得第五节 金钱加大棒，管理效率高第六节 密查窜货行为，严防利益受损本章案例快捷键“高攀”经销商，骑虎难下休斯可皮鞋的经销商战略坚决剔除“有资金、没决心”的经销商抓住“货源”做文章--格力封杀经销商“苏宁”挑战“海尔”--注意经销商也在说“不”厂商互信任，“先钱后货”成规矩飞利浦：培训路=成功路爱普生用“大棒”战术，顺利更新经销商体系金利来深受窜货之害奥康对症下药，药到病除第七章 化解回款风险，达到99%111款第一节 定完美回款策略，避最大回款风险第二节 察己克己，加强回款目标化管理第三节 调查信用度，回款保障高第四节 运用非凡手段，获得99%回款率本章案例快捷键明确策略，追回欠款有“一套”夸海口轻过程，销售人员自欺“创新”回款策略，产品顺利打入市场赌桌上的答案信用期限加现金折扣--三九精工获益大后 记

<<营销一定有办法>>

章节摘录

第一节 完善的仓管是畅通物流的基础 正所谓“兵马未动，粮草先行”，在古时的军事家看来，粮草是胜利的最有力的保障之一。只有好的后勤保障，才是战争胜利的保障。怪不得三国中曹操用这招轻易便打发了袁绍：派遣大将埋伏在半路，烧其粮库、断其粮路，从而让其不战而亡。

对于现代的企业来说，物流同样是商战胜利至关重要的方面。产品配送成本是否最低，是否及时配送到消费者手中，也是其是否赢得市场的关键。

试想，如果没有一个有效的物流，营销活动将会变成什么样：原料供应商无法将原料提供给需要的生产企业，生产企业由于得不到所需的原材料导致生产停顿，生产企业无法向供应商提供合格的产品，顾客得不到所需的产品等。

企业也会因此陷入物流不畅、销售滞胀状态。

仓库是连接企业与经销商、顾客的桥梁。

从企业的角度来看，仓库是从事有效率的流通加工、库存管理、运输和配送等活动的场所。

从消费者一方来看，作为流通中心的仓库必须拥有最大限度的灵活性和及时性，才可以满足各类顾客的需求。

因此，如何建造和管理好企业仓库，成了企业必须要抓的一项内容。

自建仓库学问多，全面衡量是关键 以前，企业将仓库看成是一个无附加价值的成本中心，而现在仓库不仅被看成是形成附加价值过程中的一部分，而且被看成是企业成功经营中的一个制胜法宝。

如何使建造出来的仓库从类型、规模、选址等多方面都适合于企业分销战略的要求，是有一定的科学规律可循的。

首先，自行建造仓库必须从使用途径上考虑。

使用途径不同，需要注意的事项也不同。

例如，储存液体材料的仓库与储存固体材料的就不同；储存使用物品的仓库与储存工业物品的仓库也不同。

其次，仓库规模大小的确定主要应考虑仓库的商品储存量，同时还应考虑储存的时间及周转速度。

最后，仓库位置的选择，应考虑顾客的地理分布，自然地理条件、运输条件、地价、法律法规等。

只建造不管理，仓库只能做摆设 对于企业来说，有了仓库并非就万事大吉了。如果没有正确的管理，仓库的作用就微乎其微了。

当然，管理好一个仓库，并不是想像中的雇佣几个仓库保管员那么简单。

相反的，仓库组建者必须要了解一些最基本仓库管理技术才可以。

其实，基本的库存管理技术很简单。

按照程序来说，它包括储备与支出两个方面的内容。

企业一定要完善产品的进、出库管理制度，为的就是防止因管理不严而造成的产品非正常流出，造成企业没必要的损失。

产品出库管理的过程应该是，仓保人员一定要根据销售科开出的有效产品出库单（出库小票）发货，并判明是零售出库还是成批销售出库，及时登记相应的产品出库流水账。

这项制度只要严格遵守一般不会出现什么重大问题。

“六不”原则，提高装卸流程效率 近些年，日本物流界从工业工程的观点出发，总结出可以改善物流装卸搬运作业效率的“六不改善法”，具体内容是这样的：“一不”：不让等——闲置时间为零。

通过正确安排作业流程、作业量使作业人员及作业机械能连续工作，不发生闲置现象。

“二不”：不让碰——与物品接触为零。

<<营销一定有办法>>

即通过利用机械化、自动化物流设备进行物流装卸、搬运、分拣等作业，使作业人员在从事物流装卸、搬运、分拣等作业时尽量不直接接触物品，以减轻劳动强度。

“三不”：不让动——缩短移动距离和次数。

即通过优化仓库内的物品放置位置和采用自动化搬运工具，减少物品和人员的移动距离和次数。

“四不”：不让想——操作简便。

即按照专业化、简单化和标准化原则进行分解作业活动和作业流程，并应用计算机等现代化手段，使物流作业的操作简便化。

“五不”：不让找——整理整顿。

即通过作业现场管理，使作业现场的工具和物品放置在一目了然的地方。

“六不”：不让写——无纸化。

即通过应用条形码技术、信息技术等，使作业记录自动化。

完善的仓库管理，能够为企业货物的流通提供最有力的后勤保障；为物流管理打下了坚实的基础。

只有将它做精、做细，企业才能得到最为充分的后勤支持。

<<营销一定有办法>>

编辑推荐

《营销一定有办法：产品变成金钱的7个步骤》中讲到做活营销的七项内容：打造一支同行内最有效率的“销售军”；营销制胜之完美攻略；做好全方位调查，决胜信息战；兵马未动粮草先行，顺畅流程后勤保障；个性化宣传手段，让事业直上九重天；管好经销商，玩转营销力；化解回款风险，达到99%的回款率。

这驰骋商场的七种致命武器，能将其中任何一种“武器”运用好，就能让我们在商战中足以自保，如果能够把这七种武器运用得方，我们的事业就能达到佳境。

<<营销一定有办法>>

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>