第一图书网, tushu007.com

<<区域市场开发与管理>>

图书基本信息

书名：<<区域市场开发与管理>>

13位ISBN编号：9787505846692

10位ISBN编号：7505846698

出版时间：2005-3

出版时间：经济科学出版社

作者：麦肯思特营销顾问公司 编

页数：299

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

内容概要

越来越多的企业逐渐意识到，在有限的空间内创造局部优势，赢得较大市场份额，不失为有效抵御竞争攻势、不断发展壮大的一把利器。
企业拥有明确而稳定的区域市场，就能创造独特优势，避免在整体市场上与竞争强手短兵相接；在某几个区域市场内提高市场占有率，而不是在广大市场范围上占有极小的市场份额。
本书主要从区域市场开发、有效进入区域市场、区域市场运作、区域市场销售管理等方面进行了深入而详尽的剖析，对无论是多区经理还是单区经理都提供了学习借鉴的最佳版本。

<<区域市场开发与管理>>

书籍目录

第一章　区域市场营销概论一　什么是区域市场营销二　区域市场营销的作用三　区域市场的划分四　区域市场的选择五　区域市场开发技巧第二章　区域经理述职一　区域经理工作内容二　区域经理能力要求三　区域经理人际关系要求第三章　区域市场营销环境分析一　区域市场外围环境二　企业的营销资源三　区域市场竞争对手四　消费者的需求五　营销渠道伙伴第四章　有效进入区域市场一　区域市场定位二　区域市场整体部署方略三　区域市场进入方式四　区域市场进入策略第五章　区域市场营销计划一　影响区域市场销售的因素二　区域市场销售预测过程三　区域市场销售预测方法四　区域市场销售计划第六章　销售队伍的组建和管理一　销售队伍的组建二　销售任务的分配三　销售人员薪酬设计四　销售队伍的培训五　销售队伍的激励六　销售队伍的业绩评估七　销售队伍的日常管理第七章　区域市场产品与价格策略一　产品整体概念的运用二　产品生命周期的应用三　区域营销品牌制胜四　影响产品定价的因素五　产品定价的方法六　产品价格的策略第八章　区域市场的广告策略……第九章　区域市场的促销策略第十章　区域市场的中间商策略第十一章　区域市场的渠道设计与选择第十二章　区域市场的渠道管理与提升第十三章　区域市场的资金流管理第十四章　区域市场的物流管理第十五章　区域市场终端制胜

媒体关注与评论

区域经理、片区主管实战完全攻略。
揭秘顶级营销总监、销售经理和区域主管，如何建设、发挥区域市场优势，提升销售业绩。

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