

<<营销主管手册>>

图书基本信息

书名：<<营销主管手册>>

13位ISBN编号：9787506424929

10位ISBN编号：7506424924

出版时间：2003-01-01

出版时间：中国纺织出版社

作者：刘逸新

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>

<<营销主管手册>>

内容概要

如今，我国已由短缺型的计划经济发展成为产品供应相对充足的市场经济形态。而此时，作为直接与市场打交道的部门首脑，营销主管这个职位的重要性愈发突出。

《营销主管手册》按照实际营销活动的一般程序，介绍了营销计划的制定，市场分析的常识、竞争策略、渠道策略等专业知识与技巧，同时对人员推销、广告、公共关系与营业推广的促销活动也进行了介绍，最后介绍了对推销员的管理、考核与延伸营销的概念。

<<营销主管手册>>

书籍目录

第一篇 透析市场第一章 走进市场一、现代市场的功能二、现代市场营销的内涵三、市场营销的4个支柱四、营销主管与市场的关系五、中国现阶段市场营销实践的主要特征第二章 买方市场分析一、买方市场细分二、消费者购买行为分析三、组织市场与组织购买者行为第三章 捕捉市场机会,扩大市场占有率一、洞悉市场营销环境二、捕捉市场机会三、扩大市场占有率第四章 市场销售分析一、销售分析的重要性二、销售分析的两个重要原则三、销售差异分析四、销售总量分析五、地区别销售分析六、产品别销售分析七、客户别销售分析八、其他各种销售分析方法九、行销费用分析十、销售利润分析第二篇 营销战略第五章 制定年度营销计划一、营销计划的各类和要素二、制定营销计划的程序三、制定年度营销计划的目的四、制定年度营销计划的依据五、如何追踪及检讨营销计划六、如何使营销计划与公司整体相结合七、年度营销计划成功的要点第六章 分销渠道一、销售渠道的类型二、中间商三、选择销售渠道四、销售渠道运行管理第七章 营销推广一、整体市场推广策划二、广告策划三、营业推广策划四、公关策划与人员推销策划第八章 竞争策略一、领导型企业的竞争策略二、挑战型企业的竞争策略三、追随型企业的竞争策略四、补缺型企业的竞争策略第九章 营销控制一、营销控制概述二、年度计划控制三、盈利能力控制四、效率控制五、策略控制第三篇 队伍建设第十章 营销主管的自我管理一、营销主管的主要任务二、成功主管的管理艺术三、营销主管的通病四、做个受爱戴的主管五、营销主管的素质要求六、营销主管的能力要求第十一章 销售人员管理一、销售人员应具有的基本条件二、如何改进推销员的工作态度三、如何开推销会议四、如何编写“推销员工作手册”第十二章 销售人员激励一、激励推销员拼命工作的技巧二、推销员竞赛三、推销员业务评核和效率分析第四篇 延伸营销第十三章 国际营销一、国际市场的环境分析二、国际营销战略三、国际定价策略四、国际分销渠道策略五、国际市场促销策略第十四章 新概念营销一、绿色营销二、整合营销三、关系营销四、网络营销五、电子商务

编辑推荐

做一名普通的营销人员是一件并不很难的事情，只要他具备一点基本的销售知识，再稍微勤奋一些就可以了。

但做一名优秀的营销主管就不是这么简单的事情了，除了基本的营销知识以外，营销主管必须具备多种能力和完善的知识体系。

作为营销主管，必须有把握市场脉搏，发掘市场卖点、创造市场热点，并通过精心的设计、构思，制定完善的营销管理制度和规范的能力。

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>