

<<市场营销战略>>

图书基本信息

## <<市场营销战略>>

### 内容概要

如何来制定通向成功的市场营销战略呢？

这正是本书的内容。

借助作者创造的“魏斯曼方法”，您可以使您和您的企业获得真正的竞争优势，甚至市场独占地位！在竞争日趋激烈的时代，这一任务的重要性不言而喻。

作者采用通俗、贴近实际的语言，对复杂的关系体系做了易于理解的阐述。

作者并没有提供现成的答案，而是一步步地引导您制定和实施适合自己企业的成功市场营销战略。

书中大量的实例、检测表、问题调查将大大减轻您在制定和实施战略时的工作负担。

## <<市场营销战略>>

### 章节摘录

书摘怎样表述目标？

目标必须 现实 有驱动力 可操作。

这些目标首选必须同企业的特点、能力、经验及企业或个人的价值观保持一致。

也就是说：目标必须是值得为之而努力的、渴望的。

在所有您以为必要的领域都要确立新的目标。

请不要忘记每表述一个目标都是一种抉择。

您的企业理想模型会对您的选择大有裨益。

需要明确的是是否存在比今天您正在实现的目标和措施更有意义的选择。

在大多数情况下，下述分两法（以理想模型为例）是行之有效的： 1.您企业的现实理想模型何如？

2.您企业的未来理想模型何如？

为了您的整体定向我建议你应该回答下列问题： （哪些受众的）哪些问题我们将比竞争对手明显地解决得更好？

虽然这个问题很难回答，但它一方面可以使你不断检验您的方向是否正确，另一方面帮助您使力量更集中，从而使其更有效地投入使用。

“您到底要什么？”

——确定目标的工作表” 在这一章的结尾，我向您介绍一个长期以来行之有效的方法。

它由下述三个简单的、但极有实效的步骤构成： 步骤1.以原因和危险为重点的现状描述

步骤2.给出三个替代解决方案及其效益描述 步骤3.表述目标 这些步骤将辅助您确立目标。

有了这一方法，您就有了一个帮助您确立目标的重要工具。

对营销战略来说，您无论如何要在下述领域中采用这种费力的目标表述方式： 1.企业目标模型 2.企业文化 3.定位 4.形象及公司认同 5.营销和销售战略 6.按照不同战略经营单位做出的效用描述 在“步骤9：市场营销战略”中提到的其它因素当然可以随时加入进来。

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>