

<<营销第一>>

图书基本信息

书名：<<营销第一>>

13位ISBN编号：9787509202203

10位ISBN编号：7509202205

出版时间：2007-08

出版时间：中国市场出版社

作者：（英）谢弗顿

页数：345

译者：陈然

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>

## &lt;&lt;营销第一&gt;&gt;

## 内容概要

从本质上说市场营销必须与现实世界中不断变化的商业运作方式保持同步发展，而且，当代商业运作变化对营销人员视角的改变作用比过去30年里的任何时期都大，这是一种进步。

如果不能正确认识这些运作方式，那么那些孤陋寡闻的营销人员就会感到无所适从。

本书表明营销人员可以采用何种方式调整自己的视角，本书对营销实践的最大贡献在于它突出了严格规范的工作方法的重要性。

营销的基本原则在今天仍然适用，但我们不应一味地墨守成规。

新的观念为我们以完全不同的方式应用和重新理解营销的基本原则提供了机遇。

任何营销人员都知道需求就是市场的驱动力，专业营销人员都急需从实用性营销应用工具和理念中得到有益帮助，本书提供了非常实用的方法，以大量案例研究来解释常让人感到很抽象的概念，给人们在实际工作中以启发。

本书可谓是给人无穷鼓舞和及时提醒的思想宝库。

营销对经营策略的指导作用非常关键，不容忽视，而对许多公司来说这方面仍是它们的薄弱环节。

人们往往把营销看作企业的一种推销手段，而不是企业应有的基本职能，正是营销发挥了应有的职能，其他职能部门才认识到它们需要发挥的作用是创造客户价值。

本书的目的在于帮助人们正确认识营销在公司战略中所具有的决定性作用。

本书详尽说明营销活动的真正核心内容，对营销的主要工具和概念解释得非常清楚，这将使刚开始从事营销工作的人受益，而对来自“非营销部门”的人来说，书中丰富的案例为他们形成对营销的感性认识提供了活生生的素材。

如果你对营销感兴趣，想培养自己的职业素质，想为公司营销工作做出应有的贡献，或想更好地理解从事营销工作的同事们，更好地与他们一道开展工作，那么请阅读本书，你一定会获得足够的回报。

#### 作者简介

彼得·谢弗顿(Peter Cheverton)是英赛特营销顾问公司的经理，该公司是一家国际性培训与咨询公司，主要服务业务有市场营销、大客户管理、领导力培训及财务服务，公司客户分布在日用消费品市场、制造业；医药保健业、出版业、金融服务业及信息技术产业等领域。  
彼得·谢弗顿也是Kogan Page出版的《财务服务中的大客户管理》一书的合著者。

<<营销第一>>

书籍目录

1 什么是好营销2 什么是好的营销模式3 好营销模式能否带来利润4 从优秀到卓越的市场营销5 什么是好的营销流程6 什么是好的营销计划7 到底要不要市场调研8 杰克拉瓦迪钢琴曲的启示9 营销要有战略：几种战略工具10 康奈克特有限公司案例研究：营销决定成败?11 愿景和目标12 我们如何依靠营销成长13 我们如何依靠营销竞争14 驱动力15 我们为谁服务16 营销要有品牌策略17 营销要有细分市场18 营销提供价值19 关系管理20 品牌管理21 职能部门协调22 产品组合管理23 营销战术分析24 四个P还是四个C?25 产品策略26 营销渠道战略27 市场推广战略28 定价策略29 恩比安特有限责任公司案例研究30 给营销做体检31 更多，更多。  
更多.....

#### 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>