

<<做营销>>

内容概要

《做营销》的作者伊恩·林顿（IanLinton）从事商务交流和管理工作三十多年来，积累了丰富的市场营销经验，他曾为众多国际公司进行过商务培训。

到目前为止，他撰写了二十余部与市场营销和客户服务有关的书籍。

本书是作者又一部关于市场营销战略的力作。

在销售市场压力日益加剧的今天，这本书无疑会给从事销售工作的人员带来巨大的帮助。

《做营销》将是一个难得的可以帮你提升业绩的营销资源库，它为你提供了最基础、最实用的营销案例。

如果你能把这些秘诀在自己的公司付诸实施，你就会成为团队的无价之宝，也一定会取得辉煌的营销业绩。

<<做营销>>

作者简介

作者:(英)伊恩·林顿(Lan Linton)

书籍目录

引言第一部分 接近客户——衡量成功的真正标准 1 与客户亲密接触，进行一对一销售 2 客户终身价值——长期客户关系的真正价值 3 社区网络——共同解决问题的渠道 4 鼓励客户参与新产品的开发 5 建立客户档案——让客户更方便地与你联络第二部分 成功不仅靠产品 6 借助于其他品牌 7 额外收取服务费 8 建立领先思维 9 做冒险的事——在富有挑战性的时刻定价第三部分 沟通——让别人了解你 10 如何赢得友谊并影响“决策影响者” 11 相信我，我有雄厚的财力 12 多少部门合作才能改变一位潜在客户的想法第四部分 人为因素——通往成功的捷径 13 同舟共济 14 在不招聘新人的情况下扩充队伍 15 合作伙伴助你一臂之力 16 左右权衡——什么是成功营销译后记

章节摘录

建立用户群 你可以通过建立用户群来增强客户的社区群体感，并以此鼓励客户进行反馈。用户群用来讨论客户共同关心的问题，比如质量、业绩、标准、未来发展和客户关注。

这个群由你公司的代表和你的部分客户组成。

用户群的评论给公司现有业绩提供了有价值的反馈，并有助于发现在新产品开发过程中没被满足的需求。

然而，有些公司建立用户群只是为了应付某次危机，之后就不再用此来收集信息。

这令用户很失望，对公司来说也是一种损失。

用户群为产品和服务提供了有价值的观点，他们的反馈能给产品开发带来真正的益处。

给客户的产品配置 客户能通过上述方式直接参与产品的开发过程。

还有一种间接的参与方式，那就是客户能选择自己的产品配置。

戴尔公司允许客户在线配置个人电脑的举措对电子商务产生了革命化的影响。

购买者不再局限于标准的、预先包装好的产品，他们希望生产商提供可配置的产品以满足他们的需求，并能尽快交付货物。

允许客户配置自己的产品给他们提供了更大的选择空间，你也能更深入地了解客户的使用偏好。

戴尔公司的销售模式就是给购买者提供可选择的标准配置以及简化的选择过程。

每次选择都是在原来价格基础上进行增减，有些配置可能还含有免费升级业务。

这个模式还包括不同配置的对比参数。

客户不仅能访问网站的其他页面、阅读产品评论和客户反馈，还能下载产品手册。

另外，只要还没下订单，客户能随时编辑任何阶段的选择。

如果不想立刻购买，他们还能创建不同的版本以方便进行对比和日后购买。

.....

<<做营销>>

编辑推荐

《做营销》的作者伊恩·林顿(Ian Linton)从事商务交流和管理工作三十多年来，积累了丰富的市场营销经验，他曾为众多国际公司进行过商务培训。

本书是作者又一部关于市场营销战略的力作。

本书分四部分，内容包括接近客户——衡量成功的真正标准、成功不仅靠产品、沟通——让别人了解你、人为因素——通往成功的捷径。

本书给供相关学者参考阅读。

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>