

<<外贸企业内销策略指引>>

图书基本信息

书名：<<外贸企业内销策略指引>>

13位ISBN编号：9787510026225

10位ISBN编号：7510026229

出版时间：2011-1

出版时间：世界图书出版公司

作者：张诗信 著

页数：106

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>

<<外贸企业内销策略指引>>

内容概要

在这本书中，淘课网首席营销专家张诗信先生用深入浅出、大器磅礴、剔除枝叶直、奔主题的方式为我们指引了外贸企业做国内场所涉及的营销策略运用方向、原则和方法，包括如何准备内销产品、如何建设内销品牌、如何选择内销渠道、如何运用销售政策、如何打造内销团队等，这些都是正在做国内市场和计划做国内市场的外贸企业十分关心和需要的，尤其是他在书中提出的“品牌建设四步动作框架”，对中小外贸企业快速打造内销品牌极具指导作用。

在这本书中，张诗信先生还为我们提供了大量的案例，其中绝大多数案例是他亲历的，这些案例对激发外贸企业的决策者和营销管理者系统思考内销问题很有价值。

读过此书以后，定能使读者对外贸企业做内销所涉及的关键策略问题有一个全面的了解和清晰的答案。

<<外贸企业内销策略指引>>

作者简介

张诗信，（曾用笔名“乔夫”）是淘课网的合伙人，全国知名的营销专家。他有16年的营销管理实战经验和8年的营销咨询经验，曾服务过的组织包括世界500强公司、国内一流上市公司、国内著名大学。他的代表著作《第四次营销浪潮》揭示的未来营销趋势对企业界和营销界曾产生过广泛的影响。本书是他的又一力作。

<<外贸企业内销策略指引>>

书籍目录

前言

第一章：怎样看内销机会与风险

第二章：产品——内销成功起步的前提

第三章：品牌建设四步动作框架(上)

第四章：品牌建设四步动作框架(下)

第五章：内销渠道策略选择

第六章：如何妙用销售政策

第七章：如何建设内销团队

第八章：企业家——内销成败的核心因素

<<外贸企业内销策略指引>>

编辑推荐

一方面，国内市场充满商机，单纯的外贸业务存在巨大风险，因而外贸企业应当尽早采取“两线作战”的战略，另一方面，外贸企业做国内市场也面临了诸多的不确定性和风险。在这种矛盾状况下，如何“转内销”成为许许多多外贸企业正在困惑或关心的问题。

《外贸企业内销策略指引》正是在这样的背景下诞生的。全书旨在用尽可能浅显易懂的方式，抓住“转内销”中的若干关键点，指引外贸企业应该如何设计和采取内销策略组合。

<<外贸企业内销策略指引>>

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>