

<<进入社会的30堂营销课>>

图书基本信息

书名：<<进入社会的30堂营销课>>

13位ISBN编号：9787539044606

10位ISBN编号：7539044608

出版时间：2011-9

出版时间：江西科学技术出版社

作者：师瑞德，（日）流川美加 著

页数：214

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>

<<进入社会的30堂营销课>>

内容概要

《进入社会的30堂营销课》集营销知识之大成，本书内容详尽地涵盖了营销的方方面面，并以课堂的形式呈现，包括：营销意识的培养，创意的生成，4C、4R、4P营销策略、产品的打造、市场调查的实施，广告与营销的结合，等等。

每一堂课均附有课前预习重点和课后复习思考题，以及营销理念在职场中的运用技巧。通读本书，立即就能成为营销万事通，成为职场和人生的大赢家。

<<进入社会的30堂营销课>>

作者简介

财经企管硕士，专精于个人理财规划及两性问题研究。

目前专职于女性理财领域及生涯规划顾问，并受邀于各公司、学校演讲两性问题及理财规划。

由于长期往来中国及日本，加上常与年轻朋友相处，因此流川美加小姐对于中日两地的社会现象多有研究。

<<进入社会的30堂营销课>>

书籍目录

LESSON 01 赶紧换上一颗会营销的脑袋吧	001
LESSON 02 自我营销的预习作业	007
LESSON 03 想做好营销就要会思考	013
LESSON 04 营销VS创意：营销创意的生成	021
LESSON 05 4C、4R、4P合体，变形金刚上身	027
LESSON 06 产品是一切营销的根源： 打造人人称赞的好商品	033
LESSON 07 随处可用的SWOT分析	041
LESSON 08 做好市场调查再上路	049
LESSON 09 定价足以影响销量	057
LESSON 10 如何制订营销预算，做好成本控制	063
LESSON 11 渠道为王的时代来临： 找出最适合的销售渠道	071
LESSON 12 营销与广告媒体的恰恰舞步	077
LESSON 13 决胜战场： 全方位的整合营销	083
LESSON 14 善用公关做营销	089
LESSON 15 如何评估营销的广告成效	095
目录	
001	
LESSON 16 营销必须懂得化危机为转机	105
LESSON 17 别再做家庭代工了： 有品牌，才能大声	113
LESSON 18 免费是门好生意	121
LESSON 19 一个臭皮匠也能胜过三个诸葛亮	129
LESSON 20 不要只想竞争，去开发新市场需求吧	137
LESSON 21 找到有利的商业模式，让你赚很大	143
LESSON 22 不走大家都走的路： 我，就是要与众不同	151
LESSON 23 跟着浪头往前进： 顺势让你营销更省力	159
LESSON 24 每笔数据都是重要情报	165
LESSON 25 抓住老客人： 让客户帮你推销	173
LESSON 26 包山包海行不通： 分众营销时代的来临	181
LESSON 27 建立无可取代的地位： 浅谈利基营销	187
LESSON 28 一个好故事让商品充满生命力	193
LESSON 29 体验身临其境的快感	201
LESSON 30 在潜移默化中达成营销目的	207

<<进入社会的30堂营销课>>

章节摘录

以面包店定价定位竞争策略为例 面包店各类烘焙产品价格的高低，向来就是顾客最敏感的话题。

由于烘焙产品的口味、造型、品种不断经由各地烘焙技术者研发创新而日趋庞杂。因此，面包店经营者对各类上架销售烘焙产品的定价、定位策略，总习惯根据当地消费环境及同营销趋势，调整各类烘焙产品销售的价格，以迎合当地消费市场。

面包店的产品价格是否适中？
是顾客决定是否进门选购及评价面包店的要素之一。

面包店经营者除了要维持烘焙产品质量、口感、风味、包装及服务水平之外，各类烘焙产品的销售量、回转率、竞争力、利润率的多寡，也间接影响各类产品生产计划及产品生命周期的长短。

那么，假设我们从面包店开业日那天算起，到若干年后，在众多烘焙产品中，平常仍为顾客接受并购买的品种，究竟会占有该面包店全部种类（曾经上市销售）的多少百分比呢？也许，这项品种上架销售比例的分析是微不足道的话题，但这项资料确实可作为面包店经营者未来生产计划及营销促进的参考依据之一。

面包店经营形态的规模不在于大小，俗话说“山不在高、有仙则名，水不在深、有龙则灵”，小型面包店只要具备个性化、魅力化、特色化经营风格，照样可在经营的商圈，受到消费者支持与追捧，创造丰盈利润。

因此，面包店经营者在决定产品零售单价之前，下列三点需要先思考，才能逐渐构筑更多长寿产品出现在消费市场上：

是否真正掌握当地顾客消费习性、口味及对购买产品的嗜好？
本店整体营业风格、产品口味、包装及价格，能否对顾客产生十足吸引力？
能否提前规划产品定位定价策略，藉以符合本地顾客购物习惯？

.....

<<进入社会的30堂营销课>>

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>