

<<营销拍案>>

图书基本信息

书名：<<营销拍案>>

13位ISBN编号：9787560950600

10位ISBN编号：7560950604

出版时间：2009-2

出版时间：销售与市场杂志社 华中科技大学出版社 (2009-02出版)

作者：销售与市场杂志社

页数：265

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>

<<营销拍案>>

前言

1973年，管理大师德鲁克出版了被称为“传世之作”的《管理——任务、责任、实践》一书。在此书中，德鲁克明确提出，“营销”是企业的一项职能。

三十五年过去了，“营销”在企业运营中的地位已经获得了跨越式的提升。

“营销”已经成为越来越多企业的战略基准点，尤其在中国，“营销”几乎成为国内企业超越跨国公司的唯一立足点。

从渠道发力获取营销优势进而提升企业的整体竞争力成为中国众多本土企业的成功路径。

回望中国营销历程，几个阶段清晰可分：战略缺失阶段（唯战术阶段）、战略回归阶段、唯战略阶段、战略战术并重阶段。

当我们没有意识到“营销”的重要性，没有将“营销”提升到企业战略的高度去思考的时候，我们给予了营销实务太多的关注，对细节的把握纵然能使企业在短期内迅速取得竞争优势，但过度纠缠于术的层面使企业无法脱身思考自己即将面临的营销大势。

随着时间的推移、市场的变化，战术的成果逐渐被战略短视所吞没。

<<营销拍案>>

内容概要

《营销拍案：实景篇》是销售与市场杂志社精选推荐22位业内专家倾情奉献借实例论方法置情境见真知。

《营销拍案：实景篇》汇集并精选了《销售与市场》30个营销案例，以故事情境韵方式解读营销技珥使读者在故事中感受职场沉浮，在情境中掌习营销知识。

管理、浚判、渠道、终端、促销，《营销拍案：实景篇》以故事阐述和案例解析相结合的形式，将营销工作所遭遇奇和这些问题一一展开、既有拓宽视野、更新理念的点拨，又有思路缜密、创新独特的实践，既有高瞻远瞩、气势恢弘的营销战略思考，又有经验丰富、引入深思的营销技能剖析。每一令案例都蕴涵着一个理念，揭示出一个道理，传递着一种信息，给大以启迪并从中裨益。

<<营销拍案>>

书籍目录

第一章 管理有方 / 1绩效考核为何适得其反 / 3区域经理想当然的结局 / 13跨行，跨不过的那道槛 / 20刀尖上的“舞蹈” / 28反击战前夜：山雨欲来风满楼 / 38过程管理终成报表游戏 / 46第二章 谈判暗战 / 53新任区域经理“削藩”记 / 55地区品牌如何挤进强势卖场 / 64当面对决，谁能赢得准客户 / 70一位销售经理的谈判奇谋(上) / 78一位销售经理的谈判奇谋(下) / 86夺回去意已决的大客户 / 94第三章 渠道之祸 / 107一次直营折戟之旅 / 109你敢“管”竞品经销商吗 / 117经销商倒戈引发“厮杀”的冷思考 / 126“灭”了经销商换货的念头 / 134冲出一店一策的“樊笼” / 141窜货的代价 / 149第四章 决胜终端 / 155一场对市场垄断者的“诱杀” / 157以寡克众：一场惊心动魄的反包围战 / 169花样终端 / 179大卖场：主攻死，侧袭生 / 192.“熬死”对手只在毫厘之间 / 2叭无声的促销员 / 212第五章 高调促销 / 219长短结合横扫市场 / 221高贵的甩卖 / 231降价，降出泉涌般销量 / 237无人喝彩的积分返利 / 246一次让战略意图“猝死”的联合促销 / 252新货也八折的促销选择 / 260

<<营销拍案>>

章节摘录

受害“口水战”为了抓住问题的要点，世纪缘迅速组织人手对5大商家进行了市场调研，将各商家的底细摸得一清二楚。

金盛商城：国有企业，实力雄厚，定位高端，一层50%的区域里有15个珠宝品牌均属中高端品牌，各品牌均设专柜，无售后服务人员及维修设备，利用商场强大的客流量，联合其他楼层及地下超市上千种商品联动促销，号称在国内从不做促销活动的某香港珠宝品牌推出“买钻石送K金链”，某内地品牌与两家香港品牌同时投放了两期半版广告。

花源商场：老字号国营企业，实力雄厚，定位中端，一层65%的区域里有12个珠宝品牌，高、中、低端品牌俱全，各品牌均设专柜，无售后服务人员及维修设备，擅长中、低端品牌折扣战，从9折至5折不等，少数不打折品牌推出赠品促销，促销品大多为实用性较强的家庭用品，某品牌“亮相”一件价值300万元的钻石饰品，以炫耀其实力。

中洲商厦：国有企业，实力强，定位中端，一层40%的区域里有13个珠宝品牌，高、中、低端品牌俱全，各品牌均设专柜，无售后服务人员及维修设备，擅长与其他耐用消费品及化妆品联合促销，推出“买300送100”的强力促销，中、低品牌推出折扣活动，从8.8折至5折不等。

<<营销拍案>>

编辑推荐

《营销拍案:实景篇》由销售与市场杂志社编写。

他们是一群悉心研究市场营销的资深学者，他们是一群兼具实战经验和营销理论的咨询顾问，他们是一群扎根于市场；线的职业经理人，他们遍布各行各业，将自己的所见、所闻、所感，用独特的视角和见地为读者呈现了史诗般的营销故事。

销售与市场杂志社成立于1991年，中国第一家专注于市场营销领域研究的专业期刊社，为中国企业以及在中国开展业务的外资企业提供营销思想与前沿理论，营销趋势与未来方向，营销策略与实战方法等专业内容。

销售与市场杂志社以杂志出版为核心业务，同时涉及专业书籍、特刊的编辑出版，并覆盖网络、会议、人才服务、培训、咨询等多个领域，以读者为中心实现各项业务之间的联动，最大限度地满足读者的需求。

<<营销拍案>>

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>