第一图书网, tushu007.com

<<中国企业最常用的市场营销管理工具>>

图书基本信息

书名：<<中国企业最常用的市场营销管理工具>>

13位ISBN编号：9787563514724

10位ISBN编号：7563514724

出版时间：2007-7

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：宝利嘉顾问

页数：269

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

内容概要

俗话说，“工欲善其事，必先利其器。”作为中国企业的管理者和专业人士，只有真正掌握了适合本土企业使用的管理工具，做到利器在手，在处理各种问题、制定各种决策时，才能做到游刃有余，真正实现管理突破。

宝利嘉顾问经过多年实践探索，对于如何设计有中国特色的企业管理_丁具，如何改造国际先进的管理工具以适应中国企业的需要，都有丰富的经验积累，并致力于开发一套涵盖企业管理各个领域的中国式管理工具系统。

本书以实用性为原则，既囊括了市场营销管理领域的权威性解决方案，又涉及到业内的最新进展，符合中国读者的阅读和理解习惯，能帮助读者快速达到管理巅峰。

作者简介

宝利嘉，取自英文BONANZA，意为蕴藏很丰富的矿脉。

对于不断出现并影响企业发展的竞争局面和市场变化，宝利嘉顾问总是凭借系统的理论功底和丰富的实践经验，以其富于独创性的方案予以回应，帮助我们的客户最大限度地规避风险，有效利用各种资源组合，从而实现他们理想的目标。

书籍目录

第一章　营销规划与策略第1节 营销规划与实施工具1 战略营销规划工具2 编制市场营销计划工具3 市场营销实施第2节 常用营销策略工具4 大众化市场营销工具5 差异化市场营销工具6 信息化市场营销工具7 一对一市场营销工具8 品牌营销工具9 服务营销工具10 忠诚营销工具11 内部市场营销工具12 互动市场营销工具13 直接市场营销工具14 许可营销工具15 整合营销传播工具16 关系营销工具17 定制营销工具18 狭缝市场营销第二章　营销信息与机会第1节 营销调研工具19 营销调研计划工具20 描述性调研工具21 面谈访问法工具22 文献调查法工具23 焦点访谈法工具24 多维尺度法工具25 德尔斐法工具26 主观概率法第2节 购买行为分析工具27 消费行为模式工具28 消费者心理与能力工具29 生活方式考察工具30 个性与自我观念工具31 购买决策分析工具32 购买后行为工具33 新产品接受过程第三章　竞争分析与市场定位第四章　产品与定价第五章　销售渠道选择与管理第六章　销售促进与广告

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