

<<总经理掌控营销的100种手段>>

图书基本信息

书名：<<总经理掌控营销的100种手段>>

13位ISBN编号：9787563925407

10位ISBN编号：7563925406

出版时间：2010-11

出版时间：北京工业大学

作者：邓琼芳

页数：273

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>

## <<总经理掌控营销的100种手段>>

### 前言

中国有句古话，叫做“成也萧何，败也萧何”。

将这句古话移来谈营销，可以说是“成也在人，败也在人”。

而这个“人”就是指掌控企业营销战略的总经理。

总经理置身于瞬息万变的市场之中，掌控了营销就等于掌控了“芝麻开门”的咒语。

掌控营销者不仅能够带领企业拨开营销的层层迷雾，更为重要的是可以发现营销的真谛。

然而，很多有关掌握营销的图书虽然往往号称“营销真经”，但篇幅庞杂，使人一看就心中发憊，不知道几时能读完读懂，而且常常读了后面忘了前面，对日理万机的总经理来说，是个沉重的负担。

若是看一般营销书，又担心得不到营销的系统性知识。

针对上述问题，本书编者在编撰此书时，广泛地阅读和研究了一些营销专业学上的法则与效应，并根据具体情况，将理论与实际相结合。

书中不仅有系统性的营销知识，更有很多指导总经理如何掌控营销的策略技巧，同时按章节为总经理提出了“摆正营销位置、重视市场分析、找准产品定位、加大宣传推广、打造营销团队、稳固营销渠道、重视竞争分析与决策、把握整合营销、利禄客户管理、了解多种营销模式”十方面的忠告。

## <<总经理掌控营销的100种手段>>

### 内容概要

本书广泛地阅读和研究了一些营销专业学上的法则与效应，并根据具体情况，将理论与实际相结合

。书中不仅有系统性的营销知识，更有很多指导总经理如何掌控营销的策略技巧，同时按章节为总经理提出了“ 摆正营销位置、重视市场分析、找准产品定位、加大宣传推广、打造营销团队、稳固营销渠道、重视竞争分析与决策、把握整合营销、重视客户管理、了解多种营销模式 ” 十方面的忠告。

同时，本书还涵盖了当前企业营销所应具备的全新思维方式，并在此基础上提出“ 企业要以顾客为中心，尽力发挥和协调各个部门和管理层次的营销作用，以便组织、设计和协调所有营销活动和方案，在实现总体效果最大化的过程中为顾客创造价值 ” 的营销理念。

## <<总经理掌控营销的100种手段>>

### 书籍目录

#### 第一章 营销决定企业的生存——总经理必须摆正营销的位置

- 手段1 营销关系着企业的生死存亡
- 手段2 成功的营销离不开合理的营销计划
- 手段3 组织好企业的营销体系
- 手段4 全方位地做好营销控制
- 手段5 不赢利，就别在这里谈营销
- 手段6 效率制胜
- 手段7 做好营销定位，才能掌控营销
- 手段8 营销调研，随时掌控营销情况
- 手段9 对营销信息要进行有效管理
- 手段10 让企业在营销中百战百胜

#### 第二章 量好尺寸再下剪子——总经理必须重视市场分析

- 手段11 会使刀，才能切好市场这块“蛋糕”
- 手段12 找准了市场目标。

#### 才好下手

- 手段13 把握住市场需求就是把握住取胜的法门
- 手段14 市场在变，眼光也要跟着变
- 手段15 市场调研，永远是不得不利用的手段
- 手段16 拿出一份出色的市场调研方案
- 手段17 解析大于信息，行动大于解析
- 手段18 高效率地收集市场信息
- 手段19 全方位掌控市场区域
- 手段20 优选目标市场，集中力量主动攻击

#### 第三章 给张三的就不是给李四的——总经理要找准产品定位

- 手段21 价格永远是市场关注的焦点
- 手段22 值多少钱不一定就要卖多少钱
- 手段23 消费者是引导价格的杠杆
- 手段24 不是什么时候都打价格战
- 手段25 性能定位决定了产品的档次
- 手段26 个性产品，卖的就是创意的附加值
- 手段27 差异化营销能带来不同凡响
- 手段28 做好包装定位，华丽地实现利润最大化
- 手段29 巧用新产品打开新市场
- 手段30 深层体验品牌名称带来的感召力

#### 第四章 好的销路都是“推”出来的——总经理要加大宣传推广

- 手段31 使品牌成为宣传推广的一面大旗
- 手段32 把握好品牌延伸的“度”
- 手段33 多品牌战略拥有集团化宣传优势
- 手段34 品牌国际化是做强的必由之路
- 手段35 重视广告宣传对打造品牌的重要作用
- 手段36 把握住整个广告策划的流程
- 手段37 要打造广告宣传本身形象价值
- 手段38 广告也需要有自己的定位
- 手段39 情感是广告宣传的一大撒手锏
- 手段40 创意为广告注入活力

## <<总经理掌控营销的100种手段>>

手段41 使用好广告宣传的各种战术

手段42 不能忽视广告宣传中的细节因素

手段43 恰当地利用“新闻效应”

手段44 巧妙地利用“名人效应”

### 第五章 产品都是员工卖出去的——总经理要打造营销团队

手段45 金牌营销团队离不开金牌营销人员

手段46 把平凡的营销人员变得不平凡

手段47 1+1>2是任何营销团队都必须重视的法则

手段48 打造高效的营销团队

手段49 给你的营销团队一个明确的目标

手段50 规范化的营销团队才能真正产生效益

手段51 随时点燃营销团队的营销欲望

手段52 解决好营销团队人员流动问题

手段53 考核永远是衡量营销人员业绩的手段

手段54 薪水是提升营销人员动力的强有力武器

### 第六章 为自己打造黄金链——总经理要稳固营销渠道

手段55 了解你手中渠道的各种经销商

手段56 打造流畅的配销渠道系统

手段57 营销过程中使用好优秀的中间商

手段58 齐头并进，进行多渠道营销

手段59 巧妙地调节不同营销渠道之间的矛盾

手段60 掌控直销就等于掌控高效率的营销

手段61 利用垂直营销渠道让效益更加突出

手段62 水平营销让自己获取更大的利润

手段63 对经销商适时地来点“实惠”

### 第七章 别人抢走了，自己就没了——总经理要重视竞争与决策

手段64 找准对手才能做到有的放矢

手段65 摸准脉门，抓住市场竞争的关键点

手段66 有效的情报系统让对手的行动尽现眼底

手段67 对竞争对手要有准确的预判

手段68 重新定位对手是抬高自己的有效手段

手段69 价格战是竞争中永存的话题

手段70 竞每中也有高明的拿来主义

手段71 稳居市场的三大策略

手段72 做一个优秀的市场追随者

手段73 市场补缺策略总会让自己与众不同

### 第八章 利用一切可以利用的资源——总经理要把握整合营销

手段74 掌控营销就要用好整合营销策略

手段75 亲密接触，与整合营销零距离

手段76 整合营销战略是企业制胜的基础

手段77 学会选择最优的整合营销战略

手段78 大客户营销战略的要诀

手段79 以客户为中心是营销战略的制高点

手段80 高效率地实施整合营销计划

手段81 扫清整合营销实施中的障碍

手段82 解决整合营销战略执行中的问题

手段83 用营销战略提高自身品牌的价值

<<总经理掌控营销的100种手段>>

第九章 金牌销售离不开金牌客服——总经理要重视客户管理

手段84 尽全力掌控住客户方方面面的信息

手段85 建立起明细的客户管理数据库

手段86 掌控客户管理的四种经典方法

手段87 对不同的客户使用不同的服务策略

手段88 随时掌握客户对自己服务的期望

手段89 令人满意的客服离不开完善的客服体系

手段90 满意度调查，就是让客户满意

手段91 用最佳手段让客户对自己忠诚

手段92 零距离服务，让客户与自己真正彼此贴近

手段93 奉行退货自由不意味着会造成随便退货

手段94 妥善应对顾客的抱怨与投诉

第十章 打开你的眼界——总经理需要了解多种营销模式

手段95 网络营销——最便捷的营销途径

手段96 绿色营销——踩着环保的卖点

手段97 关系营销——人气制胜

手段98 服务营销——态度决定一切

手段99 高技术产品营销——引领潮流才能引领市场

手段100 新型营销——营销新模式的大汇总

## <<总经理掌控营销的100种手段>>

### 章节摘录

2.分销效率控制总经理应了解企业分销网点的市场覆盖面，销售渠道中的各级成员——经销商、制造商代表、经纪人和代理商发挥的作用和潜力，以及分销系统的结构、布局，而后做出有效的评估。

3.广告效率控制总经理进行广告效率的评估应考虑到如下问题：比如，以每种媒体和工具触及一千人次为标准，广告成本是多少；各种广告工具引起人们注意、联想和欣赏的程度；受广告影响的人在受影响群体中所占比重；顾客对广告内容、方法的意见，以及广告前后对品牌、产品的态度。

受广告刺激而引起顾客的询问次数；每次调查的成本。

另外，还可以采取一系列措施或步骤来改进广告效率。

包括： 做好产品定位； 明确广告目标； 预试广告信息； 利用电脑指导广告媒体的选择； 寻找和运用较佳的媒介； 进行广告后效果测定等。

怎样做好战略控制在复杂多变的市场环境中，企业制定的各种目标、战略往往很快过时。

因此，总经理应策划出一套行动方案，定期地重新评估企业的战略、计划及其执行情况，使实际市场营销工作与已定的计划尽可能一致，并在控制中通过不断评审和信息反馈，对战略进行不断的修正。

市场营销工作作为一种重要任务，其主旨是提高企业营销资源的利用效率，使企业资源的利用效率最大化。

由于营销在企业经营中的突出战略地位，使其连同产品战略组合在一起，被称为企业的基本经营战略，对于保证企业总体战略的实施起着关键作用，尤其是对处于竞争激烈的企业，

<<总经理掌控营销的100种手段>>

编辑推荐

《总经理掌控营销的100种手段》：总经理成功掌控营销的“葵花宝典”，掌控了营销=掌控了“芝麻开门”的咒语。



<<总经理掌控营销的100种手段>>

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>