

<<新产品市场营销>>

图书基本信息

<<新产品市场营销>>

内容概要

对于新产品而言，开发一个好的营销计划对其商业成功是至关重要的。

营销既然被定义为所有涉及将商品和服务从生产者转移到消费者的活动，因此你必须通过市场调研确定你的消费者，找到将新产品引入市场的方法，因为这些问题是新产品营销的关键所在。

本书的目的正是要帮助你把握制定新产品营销计划的每一个步骤，揭开营销的秘密。

因此，本书相应分三个部分：第一部分介绍了怎样进行市场调研，从而确定现行的市场趋势和流行的新的产品和服务；第二部分作者带你考察营销的5个“P”，教你决定产品和服务的市场定位，然后进入市场；第三部分展示了在市场建立起来后，保持一定数量的消费者的技巧。

新产品的营销是营销工作最有挑战性的部分，仔细揣摩本书，使你自信地面对市场的挑战。

<<新产品市场营销>>

书籍目录

目录

第一部分 研究你的目标市场

第二部分 进入你的目标市场

第三部分 保持你的目标市场

<<新产品市场营销>>

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>