

<<成品油市场营销>>

图书基本信息

书名：<<成品油市场营销>>

13位ISBN编号：9787801643445

10位ISBN编号：7801643445

出版时间：2003-3

出版时间：中国石化出版社

作者：夏良康 编

页数：210

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>

<<成品油市场营销>>

内容概要

《中国石化集团销售企业培训系列教材：成品油市场营销》以我国成品油销售管理体制的历史和现状为引子，在现代市场营销理论框架下，对成品油销售企业的营销实践进行诠释、总结、提炼升华。

全书共分十二章，包括：我国成品油经营管理体制概述、现代企业营销理念、成品油销售企业经营战略、成品油营销环境分析、成品油市场调研、成品油市场细分和目标市场、产品策略、服务策略、价格策略、分销策略、促销策略、成品油销售企业营销组织管理等内容。

《中国石化集团销售企业培训系列教材：成品油市场营销》内容新颖，资料详实，通俗易懂、实用性强。

且为了论证观点和说明问题，大量采用国内外企业的成功营销实例和案例分析。

《中国石化集团销售企业培训系列教材：成品油市场营销》既可作为石油、石化销售企业各级管理干部的通用管理类培训教材，也可供高等学校市场营销专业作教学参考书。

<<成品油市场营销>>

书籍目录

第一章 中国成品油经营管理体制概述第二章 现代企业营销理念 第一节 变化中的市场营销 第二节 营销理念的发展与创新 第三节 21世纪营销的挑战 案例分析一 精心打造“零”概念 案例分析二 转变观念 搏击市场第三章 成品油销售企业经营战略 第一节 企业经营战略的制定 第二节 跨国石油公司业务发展战略 第三节 跨国石油公司的中国市场战略 第四节 中国成品油销售企业的发展战略 案例分析 中国石化集团面向新世纪的发展战略第四章 成品油营销环境分析 第一节 企业外部环境分析 第二节 企业内部环境分析 第三节 加油站投资环境分析 案例分析 壳牌集团投资决策中的环境分析第五章 成品油市场调研 第一节 成品油市场调研的内容及信息系统 第二节 市场调研的程序和原则 第三节 成品油市场调研的方法和技术 案例分析 宏岩石油公司拓展农村成品油市场调研方案第六章 成品油市场细分和目标市场 第一节 成品油市场细分 第二节 目标市场的选择 第三节 市场定位 案例分析 瞄准市场, 抢先出手, 提高高标号汽油市场占有率第七章 成品油产品策略 第一节 成品油的营销特性 第二节 产品发展策略 第三节 品牌 案例分析 市场呼唤清洁能源第八章 服务策略 第一节 企业竞争新趋势 第二节 服务产品的开发 第三节 服务策略的制订和实施 第四节 客户关系管理 案例分析 雪佛龙公司的顾客满意服务 附录 XXX石油分公司加油站客户管理办法第九章 成品油价格策略 第一节 影响成品油定价的因素 第二节 定价策略 第三节 中国成品油价格形成机制 第四节 成品油价格的作价体系 第五节 中国国产陆上原油价格政策 第六节 中国成品油的价格政策 案例分析 “围魏救赵” 扩大市场份额第十章 成品油分销渠道策略 第一节 分销渠道概述 第二节 成品油分销渠道模式 第三节 成品油配送 第四节 分销渠道的设计、评估和管理 案例分析 灵活运用分销策略, 提高成品油的市场占有率第十一章 成品油促销策略 第一节 人员促销 第二节 广告促销 第三节 营业推广 第四节 公共关系 第五节 促销策划 案例分析一 江城石油, 巧抓淡季促销 案例分析二 精心策划, 打造黄金终端第十二章 成品油销售企业营销组织管理 第一节 企业营销人员的素质要求 第二节 营销人员绩效考核的内容与方法 第三节 营销人员的激励机制 第四节 企业文化与营销团队建设 案例分析一 改革出活力, 激励增效益……

<<成品油市场营销>>

编辑推荐

《成品油市场营销》内容新颖，资料详实，通俗易懂、实用性强。且为了论证观点和说明问题，大量采用国内外企业的成功营销实例和案例分析。《成品油市场营销》既可作为石油、石化销售企业各级管理干部的通用管理类培训教材，也可供高等学校市场营销专业作教学参考书。

<<成品油市场营销>>

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>