

<<企业市场营销诊断与治理>>

图书基本信息

书名：<<企业市场营销诊断与治理>>

13位ISBN编号：9787801694751

10位ISBN编号：7801694759

出版时间：2004-5

出版时间：中国时代经济出版社

作者：高立法等编

页数：602

字数：472000

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>

## <<企业市场营销诊断与治理>>

### 内容概要

党的十六大报告明确指出，中国要走新型工业化道路，实施可持续发展战略。

十六届三中全会又指出：坚持以人为本，树立全面、协调、可持续的发展观，促进经济社会和人的全面发展。

对企业而言，就是要在国家宏观调控政策指导下，充分利用各种资源，发挥自身优势，改进经营管理，加快科技进步，提高企业的核心竞争力和经济效益，使企业健康持续地发展壮大。

企业在发展过程中肯定存在这样那样的问题，只有及时地发现和解决这些问题，才能使企业适应新型工业化道路和可持续发展战略的新形势，达到健康持续发展的目标。

三孚创业控股有限公司和盛孚德咨询公司在多年的咨询实践中，收集了大量企业经营管理的第一手资料，总结了多种企业诊断与治理的方法。

为适应新形势的需要，他们根据多年咨询实践的经验，将理论与实践紧密结合编辑了《企业诊断与治理丛书》。

丛书共分五册，分别从企业全面诊断与综合治理、企业人力资源诊断与治理、企业财务诊断与治理、企业市场营销诊断与治理、企业生产运作诊断与治理等方面对企业各种弊病的表现及诊断技术、治理方法进行了全面论述，同时提供了成功企业的事例和规范企业健康运作的具体规章制度。

这套丛书为诊断与治理企业提供了比较完整、系统、科学的理论及可操作的有效方法，将会推动我国企业诊断和治理工作的健康发展，故乐为之序。

## &lt;&lt;企业市场营销诊断与治理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 企业市场营销基础知识 一、市场营销的涵义及变革 一、市场营销计划 三、市场调查 四、细分市场 五、产品策略 六、定价策略 七、促销策略 八、销售渠道 九、营销风险及防范 第二章 企业市场营销诊断的内容与治理方法 一、市场营销观念的分析诊断 二、市场营销战略决策体系分析诊断 三、产品销售系统分析诊断 四、销售状况变动分析诊断 五、营销弊病的追踪诊断 六、营销弊病的整理分类与判断 七、市场营销弊病的治理方法 第三章 企业市场营销诊断调查 一、市场营销弊病诊断调查 二、销售管理诊断调查 三、销售状况问卷调查 四、营销经理自我诊断 五、经销商(电器)诊断调查 六、市场调查问卷 七、销售人员自我诊断 第四章 企业市场营销专论 一、正在走俏的十大营销策略 二、决定企业兴衰的22条营销法则 三、绿色营销蕴含无限商机 四、市场营销新思路 五、营销新智慧 六、学会“设计”竞争战略 七、揭秘海尔策划“消费者价值品牌” 八、如何打造强势品牌? 九、促销活动的策划与实施 十、获得客户信任的技巧 十一、如何激励与监控营销员? 十二、拷问营销“真理” 十三、透视整合营销 十四、销售人员的薪酬管理 附 销售报酬制度九种模式 第五章 企业市场营销成功事例 一、三洋的赚钱绝招 二、一切历史都是当代史 三、找出市场区隔、发展核心技术 四、日本精工集团的技术创新之路 五、美国耐克公司的竞争战略 六、十大营销管理误区扼杀本土企业 七、海尔扎根客户关系 八、勇敢挑战跨国巨人3M 九、用品牌的优雅引领现代生活 十、苹果电脑起死回生和西尔斯重新定位 十一、把握创意的9句箴言 十二、排名第一远远不够 十三、商标完全教战守则 十四、领导品牌的营销战略 十五、“非品牌战略”的人大战略 十六、发现海尔公开的秘密 十七、顾客：企业是最重要的“赌东” 十八、你的企业有低价竞争的条件吗 十九、漫谈低价竞争的行销赛局 第六章 企业市场营销规章制度范例 一、销售计划管理制度 二、销售管理制度(A) 三、销售管理制度(B) 四、销售促进计划管理制度 五、营销组织管理制度 六、经营业绩奖励制度 七、销售管理制度(C) 八、销售管理制度(D) 九、销售管理制度(E) 十、售后服务管理 十一、货款回收处理指南 十二、商店服务标准 十三、特约店业务管理制度 十四、代理店管理制度 十五、连锁店管理制度 十六、市场情报管理制度 十七、客户名簿处理制度 十八、订单情报处理制度 十九、竞争对手调查规范 二十、客户开发管理制度 二十一、客户投诉管理制度

<<企业市场营销诊断与治理>>

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>