

<<营销主管实务全书>>

图书基本信息

书名：<<营销主管实务全书>>

13位ISBN编号：9787801796240

10位ISBN编号：7801796241

出版时间：2008-1

出版时间：中国致公

作者：周理弘

页数：361

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>

<<营销主管实务全书>>

前言

<<营销主管实务全书>>

内容概要

当今的商场，市场日趋成熟，信息日趋通畅、形势瞬息万变、竞争日趋激烈。如果墨守成规，必然四处碰壁，寸步难行，在残酷的市场竞争中难逃被淘汰的命运。市场，已经对当代的营销主管们提出了更高的要求。

一个优秀的营销主管，想要立于不败之地，不仅应该具备领先的营销理念。敏锐的市场嗅觉、灵活的营销战术，出色的广告宣传和公关操作，更要知人善任，建立起一支高效的营销团队。

<<营销主管实务全书>>

书籍目录

第一章 用战略眼光看待营销 营销中的常见误区 1. 重战术竞争轻战略竞争 2. 重单一战术轻整体组合 3. 重感觉轻科学决策 4. 重知名度轻美誉度 5. 重概念炒作轻产品功效 6. 重名人广告轻百姓感受 7. 重降低价格轻提升价值 8. 重市场占有率轻利润率 出色的营销是商业成功的关键 学会用战略的眼光来看待营销 1. 领导消费潮流战略 2. 迎合消费潮流战略 顾客是企业的生命线 良好的服务代表成功 1. 服务是赚钱的最重要关键 2. 好的服务是一种附加价值 3. 服务能制造销售机会 4. 服务要发挥功效有赖妥善的管理 5. 服务必须即时提供 6. 减少客户的麻烦 7. 促进技术运作 8. 建立标准和测量结果 9. 为整体的策略而打算 三大趋势引领现代营销发展 1. 品牌促销的好处 2. 如何运用专家营销 3. 如何进行情感营销 打开营销局面的方法 1. 注意开展全面营销 2. 积极掌握推拉结合的策略 3. 要勇于承担对社会的责任 4. 在市场营销中应坚持不断创新 营销中要具有长远眼光 1. 树立社会市场营销观念 2. 市场营销教育应理论联系实际 3. 加强对管理人员的培训 4. 注意消费者的长远利益 5. 加强产品的售后服务 6. 以营销计划带动营销第二章 紧紧把握住市场动向 以灵敏的反应应对市场变化 如何进行市场调研 出色的营销方案应当包括哪些内容 如何有效了解你的竞争对手 市场空缺就是你的生存空间 四个方法助你预测市场销售量 1. 销售人员预测法 2. 顾客意见法 3. 相关分析法 4. 定员分析法 要对你的消费群体了如指掌 1. 差异市场策略 2. 无差异市场策略 3. 密集性市场策略 如何找到并识别目标市场 如何为实现营销目标而采取决策 1. 确定决策目标 2. 拟定可行性方案 3. 方案的评价和选择 避免错误决策的方法 1. 决策时务必全面掌握信息, 参加竞争必须谨慎 2. 千万不能过于自信 3. 不要墨守成规 4. 保持清醒, 避免被误导第三章 让信息为我所用第四章 让你的营销渠道灵活起来第五章 值得借鉴的有效营销术第六章 营销中如何赢得人心第七章 如何在市场竞争中取得胜利第八章 让广告宣传助你一臂之力第九章 公关交往中的原则与技巧第十章 创建高效营销队伍的方法第十一章 营销活动必备的管理技巧第十二章 让你的企业充满创造力第十三章 如何通过训练提升你的工作效能

章节摘录

第一章 用战略眼光看待营销营销中的常见误区营销是创造产品和价值并与人交换产品和价值，以满足消费者需求的过程。

有很多企业对营销的理解还不够全面、深刻，常常把它视为销售或促销，不知不觉地走进误区之中。

1. 重战术竞争轻战略竞争营销已进入战略竞争阶段，任何营销战术的运用必须以营销战略为基础。

营销战略包括市场研究、细分市场、选择目标市场、市场定位和竞争战略的选择等项内容。

营销战术是指产品、价格、分销、促销等项内容。

近年来市场基本上呈现出的是营销战术层面的竞争，你出钙粉，我出钙片；你打折，我降价；你争广告黄金时段，我抢五秒标版，最后演绎为花钱大战。

战略竞争是不易模仿的，是努力塑造差异化营销。

2. 重单一战术轻整体组合营销战术组合至少包括产品、价格、分销、促销等项内容，营销效果如何取决于其中效果最差的那一部分内容。

近年企业营销普遍存在着重单一战术运用、轻整体营销组合的现象，最典型的理论和做法就是“整合营销传播崇拜”。

整合营销传播不是整合营销，而仅仅是营销中的“促销”因素的整合。

再成功，没有优良的产品和便利的通路也不可能成功。

3. 重感觉轻科学决策营销是科学，也是艺术。

营销首先是一个科学决策的过程，是战略与战术的系统决策过程。

企业老总拍脑门进行营销决策的现象并不少见，诸如厂家上马一种产品完全凭感觉而非可行性分析研究确定，商家在为店铺选址仅是看看市口，百万、千万元投资无效益的广告、公关创意比比皆是。

领导感觉成为营销策略，后果就是意味着失败。

后记

营销中的常见误区营销是创造产品和价值并与人交换产品和价值，以满足消费者需求的过程。有很多企业对营销的理解还不够全面、深刻，常常把它视为销售或促销，不知不觉地走进误区之中。

1.重战术竞争轻战略竞争营销已进入战略竞争阶段，任何营销战术的运用必须以营销战略为基础。营销战略包括市场研究、细分市场、选择目标市场、市场定位和竞争战略的选择等项内容。

营销战术是指产品、价格、分销、促销等项内容。

近年来市场基本上呈现出的是营销战术层面的竞争，你出钙粉，我出钙片；你打折，我降价；你争广告黄金时段，我抢五秒标版，最后演绎为花钱大战。

战略竞争是不易模仿的，是努力塑造差异化营销。

2.重单一战术轻整体组合营销战术组合至少包括产品、价格、分销、促销等项内容，营销效果如何取决于其中效果最差的那一部分内容。

近年企业营销普遍存在着重单一战术运用、轻整体营销组合的现象，最典型的理论和做法就是“整合营销传播崇拜”。

整合营销传播不是整合营销，而仅仅是营销中的“促销”因素的整合。

再成功，没有优良的产品和便利的通路也不可能成功。

3.重感觉轻科学决策营销是科学，也是艺术。

营销首先是一个科学决策的过程，是战略与战术的系统决策过程。

企业老总拍脑门进行营销决策的现象并不少见，诸如厂家上马一种产品完全凭感觉而非可行性分析研究确定，商家在为店铺选址仅是看看市口，百万、千万元投资无效益的广告、公关创意比比皆是。

领导感觉成为营销策略，后果就是意味着失败。

4.重知名度轻美誉度市场定位是使企业和产品在消费者心目中树立有利销售的形象。

因此，广告宣传不仅要追求知名度，更要追求信誉度和美誉度，片面追求知名度而带来反向舆论，会造成臭名远扬的窘境，引起营销的整体失败。

在企业中重知名度提高、轻美誉度塑造的事件屡有发生。

诸如冒用希望工程名义宣传钙产品，假借名人吹捧减肥产品功效，用浴女推销洗浴设备，借“裸女”在大街上奔跑宣传内衣，都是弄巧成拙。

营销也需要老老实实做人，实实在在做事。

5.重概念炒作轻产品功效营销界有一句名言：顾客买的不是一个五英寸的钻头，而是五英寸的“孔”。

因此，在任何时候顾客都是购买产品的核心利益，即用途。

产品无用，再炒作也只会蒙骗顾客一时，不能蒙骗顾客长久。

近年来流行着“工厂生产产品，顾客购买品牌”说法，因此概念炒作远远超过了企业对产品功效的关注。

人们开始“不卖牛排，而卖烧牛排的滋滋声”。

诸如减肥广告铺天盖地，马路上的胖子也没见少；补钙的产品占满电视台黄金时段，缺钙的人还很多。

产品虽然多了，无用的产品也多了，无用产品有再好的广告，又有多大用处呢！

6.重名人广告轻百姓感受营销过程应该是招人爱而非招人烦，没有人愿意花钱打广告说自己是一个令人讨厌的家伙。

名人广告常常奏效，没有名人广告也是可行的。

用不用名人广告，如何用名人广告，取决于顾客对名人广告的感受。

诸多名人广告忽视了百姓的感受。

明星广告也会招人烦，特别是那些以明星代替创意的广告，硬性推销明星自己可能不用的产品，近年的明星广告大多如此，明星广告让产品逊色。

<<营销主管实务全书>>

编辑推荐

《营销主管实务全书》突破了传统的营销讲授方法，从营销活动中的几个必须解决的问题出发，结合真实、生动的实例，将营销中的基本规律娓娓道来，将营销中的实用技巧倾囊相授。

你应当铭记的七句营销真经：经营者不能仅仅着眼于短期利益，应把主要精力放在运用战略方向、从长远角度出发。

营销主管必须要从外来市场的角度，来观察公司内的现有资源，才能在其间寻求达成目标的方案。

与消费者的关系、情感，在商品销售中的作用越来越显得重要。

在激烈的市场竞争中，商战的赢家是人心与金钱的双赢。

做广告绝不能凭空想象，而必须深入分析研究消费者的行为，进行市场调查研究，根据主客观条件做出广告策划。

良好的人际关系是经营者的生存空间，处理好各方面关系的关键在于善于做情感投资。

创造出一支有效团队，对管理人来说是有百益而无一害的，如果你努力做到的话，将获得莫大无比的好处。

真正决定你成败的已不再是某个上司，而是你的属下。

你有必要做一番“情感投资。”

” 经营者不能仅仅着眼于短期利益，应把主要精力放在运用战略方向、从长远角度出发。

营销主管必须要从外来市场的角度，来观察公司内的现有资源。

才能在其间寻求达成目标的方案。

与消费者的关系、情感，在商品销售中的作用越来越显得重要。

在激烈的市场竞争中，商战的赢家是人心与金钱的双赢。

做广告绝不能凭空想象，而必须深入分析研究消费者的行为，进行市场调查研究，根据主客观条件做出广告策划。

良好的人际关系是经营者的生存空间，处理好各方面关系的关键在于善于做情感投资。

创造出一支有效团队，对管理人来说是有百益而无一害的，如果你努力做到的话，将获得莫大无比的好处。

真正决定你成败的已不再是某个上司，而是你的属下。

你有必要做一番“情感投资。”

<<营销主管实务全书>>

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>