

<<营销ROI投资>>

图书基本信息

书名：<<营销ROI投资>>

13位ISBN编号：9787801970985

10位ISBN编号：7801970985

出版时间：2004-10

出版时间：企业管理出版社

作者：蓝斯古德

页数：243

字数：208000

译者：孔薇薇

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ROI投资>>

### 内容概要

ROI（投资回报）是当今最重要的商业工具之一，用以评估一家企业运作资产的效能。

然而极少营销组织，有能力与知识利用财务信息有效管理预算。

本书试图改变现状，告诉营销从业人员和企业高级管理人员，如何运用营销ROI的评估流程工具，量化组织的策略性营销决策，并使营销计划花费的任何一分一毫，都有最高的使用价值，最终为企业带来最多的利润和增值。

这是一本涵盖面广又容易理解的指引手册，告诉你如何运用ROI，从实质上改善所有营销计划的效能。

而本书内容强调结果导向，可以透过精确衡量营销公司赢利的影响，让营销的评估方式与策略，跟公司的目标彼此契合。

本书也将为高级管理人员、营销人员、财务经理和研究分析师等，提供深入而独特的见解。

## <<营销ROI投资>>

### 作者简介

詹姆斯·蓝斯古德，领导一家专业的营销战略咨询公司——蓝斯古德集团，他本人在美国各地演讲有关营销ROI与多重通路营销策略主题，并从事相关咨询工作。

蓝斯古德曾担任AT&T从电讯业的垄断企业变为受人尊敬的创新者和极具竞争力的营销组织。

## <<营销ROI投资>>

### 书籍目录

感谢引言 第一部分 认识ROI原则 第一章 利润是目标，ROI是手段 我们做好准备了吗？

营销ROI的力量 其他营销测评方法的缺陷 应对利润压力 营销RIO：客户关系管理的新浪潮 理解关键挑战组织组织障碍 营销ROI的时代到了！

第二章 了解ROI的基本概念 核心的财务概念 净现值 毛利 贴现率 增量顾客价值与顾客终身价值 ROI下限或必要报酬率 增量价值的界定 决策点的观念 ROI的其他形式 Crutchfield分析 第三章 营销ROI的特点 市场营销的灵活性 增量方法的进一步发展 第四章 营销活动测评更容易 技术简化了测评过程 隐私问题 改进测评方法 第五章 营销ROI的测评过程 第一部分结束语第二部分 构建ROI测评公式 第六章 计算ROI数值 “回报”的计算 毛利测评的困难 毛利数据 投资的计算 ROI测评中的常见问题 顾客终身价值与投资回报率 第七章 投资和回报的模式 第八章 利润动力及核心原则第三部分 活用营销ROI技巧 第九章 应用营销ROI的流程 第十章 管理公司层面的赢利率 第十一章 管理顾客赢利率 第十二章 规划顾客路径策略 第十三章 管理营销活动的赢利率 第十四章 洞悉测评方法 第十五章 战略性利润管理 第十六章 实施过程

## <<营销ROI投资>>

### 章节摘录

不论你要留住90%的老主顾，或是赢取30%的新客户，只要管理好预期与实际的“营销ROI（投资回报率）”，事先规划、正确评估、有效执行最佳策略，从容精确地核算每一笔精心筹划的营销投资方案，把钱花在刀刃上，力求最精准的数字化投资，就能坐收意料之中的高利润营销成果。

<<营销ROI投资>>

媒体关注与评论

<<营销ROI投资>>

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>