第一图书网, tushu007.com

<<卓越营销>>

图书基本信息

书名：<<卓越营销>>

13位ISBN编号：9787801977823

10位ISBN编号：7801977823

出版时间：2007-1

出版时间：企业管理出版社

作者：休·伯基特

页数：384

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

内容概要

市场营销是一门关于理念的艺术，而《卓越营销》讲述的是造就伟业的优秀理念。
《卓越营销：英国营销协会大奖近年获奖案例集锦》所选择的公司都是胜利者，我们说它们是胜利者，既指声誉方面，又指商业方面。
从声誉方面来讲，这些公司都创造了杰出的营销业绩，获得了营销协会大奖；从商业方面来讲，这些公司都付出了大量艰辛的努力，获得了巨大的商业成就。
它们来自不同的商业领域，甚至很可能就来自你所在的行业。
本书由两位市场营销学资深泰斗编著，浓缩了近年担任大奖评委的来自不同行业专家的聪明才智，它收集的资料都是来自最为著名的品牌和获得巨大成功的公司。
本书所涉及的商业领域极为广泛，从普普通通的番茄酱到昂贵奢华的化妆品，无所不包。
它揭示了当今营销工作的理论精髓，文笔流畅自然，最为重要的是，它向我们展示了营销卓越奖得主们所有的成功秘诀。

作者简介

作者：(美)休·伯基特(Hugh Burkitt) 约翰·泽列 译者：李奕霏 刘辉 编者：屈云波休·伯基特（Hugh Burkitt），英国市场营销协会执行主席。
英国市场营销协会是英国最大的资深行销人员协会。
在英国市场营销协会，他负责协会的“营销宣言”的推出，为潜在的市场总监开发了“行销领袖计划”，并创立“Panoramic Group”，获“最佳营销奖”。
广告业从业经验达30年之久　　约翰·泽列（John Zeally），埃森哲全球商务咨询总经理，负责普通消费品、零售、汽车和工业设备、交通运输、医药行业的管理工作，向著名企业高级执行官提供咨询，帮助他们发展公司业务，制定和实施公司业务改革方案。
他的职业顾问生涯从麦肯锡开始，而后又在埃森哲咨询公司任职。
曾在很多领域如金融服务、食品饮料、消费品和大宗零售业、休闲与保健以及欧洲、非洲、亚太地区和北美市场从事面向消费者的事业，并为许多非营利机构提供营销咨询服务，包括英国癌症研究院、英国皇家莎士比亚公司以及公民权利机构。
约翰是营销协会特级会员，协会季刊《市场领导者》编辑委员会编委。
他还是英国最权威的商业协会Worshipful Company of Marketers同业工会会员。

书籍目录

序前言本书的卓越理念致谢第一章　优秀的营销策划评估标准第二章　洞悉客户第三章　新品牌的营销策划第四章　品牌延伸第五章　老品牌重获新生第六章　坚持品牌承诺第七章　营销宣传：将信息传播出去第八章　培养忠诚度第九章　跨越国界：国际品牌开发第十章　内部营销：积极参与的员工第十一章　开发营销能力第十二章　善举成就伟业附录

章节摘录

市场营销策划在具体实施过程中面临无数严酷的挑战，对大型跨国公司尤为严峻。
现在，几乎每个行业的竞争趋势都越来越激烈，因此营销策划也呈现出前所未有的艰巨和复杂。
新的通讯手段层出不穷，客户的要求也越来越细致，这些都要求营销策划工作更加完善，更具多样性。
同时，有关营销活动和营销效果的分析数据比以往任何时候都更多更复杂，要想进行高水平的营销分析也更为困难。
雪上加霜的是，企业的高级主管对营销策划的投入产出期望也变得更高，要求更加苛刻，对此，营销专家们应该马上行动起来，勇敢迎接挑战。
正如英国营销协会的《市场营销宣言》所指出的那样，很多首席执行官认为，他们的营销人员没有积极面对挑战，营销工作人员“缺少必要的训练和能力，不能帮助企业获得更大的利润”。
因此，营销工作者必须针对企业所关心的问题重新调整自己，通过对营销策划所产生的效果进行测算和系统分析，部分地解决这一问题。
长期的营销实践表明，尽管营销策划人员都想向企业证明自己的工作价值，但是很少有人有能力对营销策划的效果进行评估，因为从历史角度来看，营销策划更多地是一门艺术，而不是一门科学，不需要过多地进行计算和论证。
事实上，能否有效地设计、组织和实施营销策划评估，对于很多公司来说都是一个严峻的考验。
如果不能解决这个棘手的难题，就无法充分发挥营销策划的作用。
为了了解营销策划评估问题的现状，埃森哲公司和市场营销协会联合发起了一系列采访活动，对英国各行各业最著名的营销策划主管进行了调查①。
具体来说，这次研究活动旨在明确营销策划评估工作对于公司业务发展的重要程度，它们评估市场营销效果的程序、系统和资源如何，以及营销策划评估目前对于企业总体效益的影响。

媒体关注与评论

媒体推荐“现在，人们越来越清醒地认识到，无论从战略还是从战术上讲，优秀的市场营销对于企业的成功与生存都起着至关重要的作用。
但是，对于如何将营销理论正确地运用到实践之中，很多公司仍然不得其门而入，本书即是为此而作。
它以简单实用而又极富趣味的笔调，向读者展示了卓越营销策略是如何彻底改变众多企业命运的。
”——吉恩·克劳德·莱瑞奇，阿尔弗莱德·H·海尼肯法国欧洲工商管理学院（INSEAD）市场营销教授“曾经有无数人耗费无数的时间和精力想要彻底理解营销工作中人们表现出的渴望和动机，从而出现了无数的营销理论，更加科学地指导人们的行为，改善企业和职工的命运，本书就是这些内容的结晶。
每个章节的案例分析都进行了极为细致的安排，充分展示了营销知识在改变企业命运过程中的巨大作用。
”——保罗·嘉琪爵士营销协会特级会员，英国营销学会（CIM）副会长，著名企业营销协会前会长“本书没有华而不实的深奥理论和哗众取宠的所谓捷径，它有的只是过硬的事实和引人入胜的案例。
它向读者提供了大量有价值的知识，可以让任何营销计划效益倍增。
”——马丁·萨瑞尔WPP首席执行官“优秀的营销案例分析，配备优秀的评述与分析，就像大量购进蓝筹股，令阁下受益匪浅。
本书的结构和思路非常易于读者学习和掌握市场营销的精髓。
”——西拉·斯诺保尔天联（Abbott Mead Vickers Group）董事局主席兼首席执行官“市场营销是一门艺术，而不是一门科学，但是它需要我们利用科学方法掌握和使用，并通过研究和学习他人的理论和经验不断完善提高。
本书收集的案例及其分析极为优秀，对于任何人都具有极大的启迪作用和指导意义。
”——迈尔斯·泰姆博黎曼英国企业董事协会（IoD）总干事

编辑推荐

百事可乐前总裁亲自作序，市场营销界两位泰斗级人物——英国营销协会主席和埃森哲全球商务咨询总经理合力编荐，浓缩众多近年“营销协会大奖”杰出案例及专家级评委的聪明睿智，向你展示如何通过卓越营销彻底改变企业命运的尴尬秘诀。

“现在，人们越来越清醒地认识到，无论从战略还是从战术上讲，优秀的市场营销对于企业的成功与生存都起着至关重要的作用。
但是，对于如何将营销理论正确地运用到实践之中，很多公司仍然不得其门而入，本书即是为此而作。
它以简单实用而又极富趣味的笔调，向读者展示了卓越营销策略是如何彻底改变众多企业命运的。
”——吉恩·克劳德·莱瑞奇（欧洲工商管理学院艾尔弗雷德·海尼根营销学教授）　　“本书没有华而不实的深奥理论和哗众取宠的所谓捷径，它有的只是过硬的事实和引人入胜的案例。
它向读者提供了大量有价值的知识，可以让任何营销计划效益倍增。
”——马丁·萨瑞尔（WPP首席执行官）　　市场营销是一门关于理念的艺术，而《卓越营销》讲述的是造就伟业的优秀理念。

本书所选择的公司都是胜利者，我们说它们是胜利者，既指声誉方面，又指商业方面。
从声誉方面来讲，这些公司都创造了杰出的营销业绩，获得了营销协会大奖；从商业方面来讲，这些公司都付出了大量艰辛的努力，获得了巨大的商业成就。
它们来自不同的商业领域，甚至很可能就来自你所在的行业。

本书由两位市场营销学资深泰斗编著，浓缩了近年担任大奖评委的来自不同行业专家的聪明才智，它收集的资料都是来自最为著名的品牌和获得巨大成功的公司。
本书所涉及的商业领域极为广泛，从普普通通的番茄酱到昂贵奢华的化妆品，无所不包。
它揭示了当今营销工作的理论精髓，文笔流畅自然，最为重要的是，它向我们展示了营销卓越奖得主们所有的成功秘诀。

还在为什么是卓越营销争论不休吗？
本书将给你一个有说服力的答案！
本书内容来自近几年来“营销协会大奖”的获得者，该奖项包括品牌行销、机构重组、顾客忠诚、消费者洞识、营销沟通以及全面营销成就等各个方面。
能够荣获此大奖的公司堪称精英中的精英，如英国特易购（Tesco）、日本丰田、联合利华、英国燃气公司、英国BBC电台、微软、英特布鲁（INTERBREW）集团和英国华特布雷德集团 等。
本书将详细介绍这些获奖公司获奖之秘诀，包括案例本身的介绍、案例的更新和营销专家的评论等，每个案例之前都附有主要知识点，并配有图解，以供读者学习研究。

第一图书网, tushu007.com

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