

<<BTOB营销战略>>

图书基本信息

书名：<<BTOB营销战略>>

13位ISBN编号：9787802115996

10位ISBN编号：780211599X

出版时间：2008-1

出版时间：中央编译

作者：小弗雷德里克·E·韦伯斯特

页数：283

译者：孙燕昌

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>

## <<BTOB营销战略>>

### 内容概要

BTOB营销也叫工业品营销。

据估计，工业品市场的交易额至少是消费品市场的两倍，因工业品营销的复杂性，国内鲜有理论系统、可操作性强的专著，《BTOB营销战略》的翻译在一定程度上，填补了这一空白。

《BTOB营销战略》概念精准、理论系统，而且对企业的工业品营销活动提出了系统的解决方案，是一本工业品营销的立论之作。

此书翻译出来可以引起业界对工业品营销特殊性的重视，并对企业工业品营销的理论研究和实践活动起到推动作用。

## <<BTOB营销战略>>

### 作者简介

小弗雷德里克·E·韦伯斯特教授 (Frederick E Webster, Jr)，达特茅斯学院 (Dartmouth College) 企管所教授，曾在日内瓦大学及哈佛大学任客座教授，工业营销策略和组织方面专家、专攻营销策略、产业营销、强迫销售管理、购买者行为理论，是FEW顾问公司 (FEW Consulting Services . Inc) 总裁和美国营销科学协会前执行总监。

出版了15本书籍及超过75篇学术和管理杂志文章，主要著作有 (Industrial Marketing Strategy)、《营销管理案例》 (Marketing Management Casebook)，《市场导向管理》 (Market—Driven Management) 等。

## <<BTOB营销战略>>

### 书籍目录

前言序译者序第一章 工业品营销的性质和范畴客户导向营销管理的任务工业品及服务的性质工业品客户派生需求如何区分工业品营销与消费品营销职能部门的相互依赖产品的复杂性买卖双方的相互依赖购买过程的复杂性工业品营销中的管理科学有效的营销战略观念小结第二章 工业品的采购和购买行为采购职能采购目标原材料管理理论制定采购战略购买决策过程购买决策的阶段购买情境的类型按定价类型界定的购买情境购买关系的类型组织购买者行为模型谢斯模型韦伯斯特和温德模型环境的影响组织变量-社会影响：购买中心个体行为安德森和钱伯斯奖励/评价模型切奥弗雷和利里恩模型采购管理活动和购买策略价值分析“制造还是购买”决策供货商评估需求计划采购合同小结第三章 买方-卖方关系担当边界角色的销售代表买方-销售代表互动对工业品销售代表角色期望的根源买方如何“承担角色”的决定因素工业品销售代表如何“承担角色”的决定因素销售推介买卖过程.....第四章 工业品市场细分、目标市场选择与定位第五章 产品战略与新产品开发第六章 新工业品的市场开发第七章 定价战略第八章 工业品分销战略第九章 工业品销售队伍的管理第十章 工业品营销沟通第十一章 工业品营销规划

## 章节摘录

第一章 工业品营销的性质和范畴： 在工业品公司当中，近年来，在竞争中，营销已经成为提高竞争效率的主要手段，也越来越受到重视。

从电脑业到车床业，从航空货运业到电信行业，后工业时代的工业界领导人都在努力推动他们的组织成为以客户为中心的组织及市场导向型公司。

营销观念，这种起源于20世纪50年代的管理哲学的复兴，是在多数工业品公司面临日益激烈的外国竞争、缓慢增长的市场、越来越“全球化”的市场上经济和政治的不确定趋势，以及客户要求越来越高、越来越精明的大背景下出现的。

成本和价格方面的双重压力产生了极大的动力，推动经营管理的目标转向获取利润（不再只为了销售额和市场份额）；同时也使得经营战略的关键要素，市场细分和确定目标市场方面的管理技巧引起了业界的高度重视。

营销是公司或其他经济组织为客户或顾客设计、推广并提供产品和服务的职能。

现代营销的标志是客户导向，是使组织适应不断变化的环境的长远的战略性观点。

客户偏好和购买习惯是随着他们所处的环境的不断变化，包括有竞争力产品和服务不断出现而发展和变化的。

市场营销观念认为，每一个经济组织的根本职能就是要使客户（或顾客）满意。

营销可以定义为针对精心确定的目标市场，了解客户和他们的问题，创造性地解决这些问题-并与他们进行沟通。

利润是使客户满意的回报，营销不仅是一个单独的业务职能，从客户的角度来看，营销代表着整体的经营。

.....

## <<BTOB营销战略>>

### 编辑推荐

当今，在线商务中BTOB营销正在快速成长，本书向您展示的就是如何在这一全新领域中成功地运用有效的原理。

《BTOB营销战略》同时具有实践性和前瞻性，不仅蕴涵丰富的战略性思考，而且充实了相应的实践案例与建议。

学习本书，你可以由浅入深地领悟并掌握企业通过互联网进行直接营销，提升经营利润的七大成功战略。

本书（第三版）增加了最新的实用技巧，并且辅以相应的案例和网站。

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>