

<<点石成金>>

图书基本信息

书名：<<点石成金>>

13位ISBN编号：9787807060987

10位ISBN编号：7807060980

出版时间：2005-8

出版时间：上海远东出版社

作者：鹿荷

页数：193

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>

<<点石成金>>

内容概要

科特勒，几乎是营销学的同义词。
其所著《营销管理》被誉为市场营销学的“《圣经》”，是全球最佳的50本商业书籍之一。
科特勒的原著博大精深，非专业人员很难予以把握，本书选取其思想中最为闪耀的精华予以解读，并通过对世界著名品牌营销个案的剖析，走进这位营销学大师。

<<点石成金>>

书籍目录

- 第一章 形成出色的营销理念 /11 . 有利益地满足需要 /32 . 让顾客感到高度满意 /73 . 除提高品质外, 别无选择 /114 . 关系营销是维系顾客的良好手段 /155 . 挑战与机遇并存 /20
- 第二章 了解营销环境 /251 . 注意经济环境的变数 /272 . 分析信息, 调查市场 /313 . 有针对性地展开营销 /354 . 坦诚地面对竞争 /395 . 在竞争中主动出击 /44
- 第三章 确定营销战略 /471 . 善于塑造产品形象 /492 . 把握营销战略计划 /533 . 认清营销战略的四个要素 /574 . 指挥营销战略的协奏曲 /61
- 第四章 运用营销战术 /651 . 细分市场 /672 . 差别化定位 /723 . 延长产品的生命周期 /774 . 以新产品拓宽市场 /805 . 控制新产品开发的步骤 /886 . 全方位拓展市场 /947 . 国际化进程的秘诀 /99
- 第五章 树立品牌形象/1051 . 树立过硬的品牌 /1072 . 选择最好的品牌名称/1123 . 品牌战略的方式/1174 . 在包装与宣传上突出品牌形象/1215 . 广告的制作与发布 /1266 . 促销——让人马上掏钱的方法 /1307 . 公关营销, 树立形象 /136
- 第六章 理顺营销渠道 /1411 . 营销渠道的选择 /1432 . 最佳的渠道管理方式 /1483 . 批发与零售兼顾 /1534 . 做好市场后勤服务 /1575 . 价格能产生效益 /162
- 第七章 最佳的营销方式和队伍 /1691 . 人员推销 /1712 . 直接营销互利互惠 /1773 . 前途无量的网络营销 /1834 . 营销人员要积极联系顾客 /189

<<点石成金>>

章节摘录

一般说来，顾客对产品的期望值建立在以下的一些信息上，如自己以往的购买经验、朋友们的意见或是商家的承诺及其竞争者的水准。

对营销者来说，设定正确的期望值是一项必须细致去做的工作。

如果他们产品的期望值设定得太低的话，虽然可能会满足甚至超出一部分购买者的要求，但却不能让足够多的顾客对产品产生兴趣。

而如果营销者将期望值设定得太高，则可能让那些初次使用的人就感到失望，而这种负面情绪往往具有传染性，极不利于产品的进一步推广。

如何设定期望值，并让顾客感到高度满意，是一项极不容易做的工作。

可是，如果这个工作完成得好，会给企业带来极大的繁荣与发展，据调查，有75%的丰田用户对其购买的汽车感到极为满意，并表示他们还会购买这个牌子的汽车。

顾客的高兴不但能形成对某一特定产品的偏好，成为其极为忠诚的用户，还能因此而减少对价格的关注，成为公司及产品的“爱好者”。

丰田汽车曾经将自己亚洲分部的顾客关系部改名为顾客挽留部。

因为他们认为自己的工作核心就是无限量地留住顾客。

如果一个顾客一旦选用了丰田汽车，那么这个部门要做的工作就是让顾客所买的第二辆和第三辆汽车也是丰田车，其亲朋好友也都会买丰田车。

有时，让顾客满意可能意味着“失去顾客”，因为当你的产品不能满足顾客的要求时，顾客可能会选择退货。

面对这种情况，企业所能做的就是及时答应顾客的退货要求，并做出合理的解释以消除他的不满，因为企业哪怕失去一笔交易，也不能让顾客失去信心，更不能因为一位失望的顾客而影响其他人的信心。

在那些最受欢迎的企业里，让顾客满意是其最成功的企业文化之一。

它们不光在现有的条件下做到让顾客满意，而且会预测顾客的期望和欲望，来追求更高标准的顾客满意度。

宜家家居是一个顾客满意率相当高的商场。

这个来自瑞典的企业在其全球150多家商场中，刻意营造了一种轻松自在的购物氛围。

宜家鼓励所有来到商场的顾客在卖场“拉开抽屉，打开柜门，在地毯上走走，或者试一试床和沙发是否坚固，因为只有这样，你才会切身体会到宜家的产品有多么舒适”。

在宜家，除非顾客提出要求，否则店员是不会打扰你的，你可以轻松、自在地试用商品和做出是否购买的决定。

<<点石成金>>

媒体关注与评论

科特勒的《营销管理》被认为是全球最佳的50本商业书籍之一，被誉为市场营销学的《圣经》。本书选取了科特勒思想中最为闪耀的精华，让你对科特勒的营销思想有一个较为全面的把握。让营销学大师科特勒给你一把打开营销大门的金钥匙。

有利益地满足需要，坦诚地面对竞争，善于塑造产品形象，差异化定位，树立过硬的品牌，价格能产生效益……营销学大师科特勒给你一把打开营销大门的金钥匙。

<<点石成金>>

编辑推荐

科特勒的《营销管理》被认为是全球最佳的50本商业书籍之一，被誉为市场营销学的《圣经》。本书选取了科特勒思想中最为闪耀的精华，让你对科特勒的营销思想有一个较为全面的把握。让营销学大师科特勒给你一把打开营销大门的金钥匙。

<<点石成金>>

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>