

<<如何撰写营销计划>>

图书基本信息

书名：<<如何撰写营销计划>>

13位ISBN编号：9787810849388

10位ISBN编号：7810849387

出版时间：2007-4

出版时间：东北财经大学出版社

作者：韦斯特伍德

页数：173

字数：75000

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>

<<如何撰写营销计划>>

内容概要

本书是一本关于市场营销的商务书，但与大多数商务书不同，本书是一本实用的工作手册，能教会你撰写自己的营销计划。

本书的主要内容包括：形势分析；目标、策略与行动计划；分销、促销与预算；撰写计划；计划的传达，跟踪与修订等。

最后附有一份完整的营销计划，供读者借鉴。

本书适合作为个人的学习指南，也可以作为市场营销相关课程的教材或供团队练习如何撰写营销计划之用。

一份好的营销计划是一项成功业务的核心内容。

但是在创建一份有效的、可达成的，并能带来预期结果的计划时，人们常常不知道该如何跨出第一步。

《如何撰写营销计划》一书让这项工作变得更加简单。

通过本书介绍的实用步骤，你可以完成一份可行的、成功的计划。

新的版本还在适当的地方安排了练习题，帮助你编制自己的营销计划。

这些新的练习题遍布书中的各个角落：开展营销审计；制定目标和实现目标的策略；编制预算；撰写并执行计划。

《如何撰写营销计划》一书是您理想的选择。

它既可以在团队开展营销计划的练习中充当个人的学习指导，又可以作为市场营销相关课程的有用资源。

<<如何撰写营销计划>>

书籍目录

1 导论 什么是销售? 什么是市场营销? 什么是营销计划? 撰写营销计划的步骤 小结2 形势分析——营销审计 营销环境审计 营销活动审计 营销系统审计 营销环境——市场研究 内部市场研究 什么是市场细分? 信息清单 如何表述数字 形势分析 SWOT分析 小结3 目标、策略与行动计划 什么是营销目标? 产品组合 相对市场增长率和市场份额 差值分析 什么是营销策略? 定价策略 行动计划 小结4 分销、促销与预算 分销计划 广告与促销计划 成本与预算 编制营销计划的成本预算 小结5 撰写计划 导论 内容提要 形势分析 营销目标 营销策略 日程表——做什么/在哪儿做/怎么做 销售促进 预算与利润表 控制与更新程序 小结6 计划的传达, 跟踪与修订 传达计划 跟踪与修订 结论附录

<<如何撰写营销计划>>

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>