第一图书网, tushu007.com

# <<小老板营销技巧>>

## 图书基本信息

书名：<<小老板营销技巧>>

13位ISBN编号：9787811382730

10位ISBN编号：7811382733

出版时间：2008-12

出版时间：西南财经大学出版社

作者：课震宇，迪尔 著

页数：154

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

第一图书网, tushu007.com



## 内容概要

《小老板营销技巧（第2版）》将告诉您小企业如何给产品定价，质量对于营销的重要性，如何建立营销渠道，小企业的服务制胜法则，促销是夺取市场的利器，如何做好广告宣传以及如何化解营销危机这些内容，为小老板们全面提供营销技巧！

## 书籍目录

第一章 营销从市场调查开始制定市场营销计划进行市场调研收集第一手市场信息科学的问卷设计和试调查实地调查与质量控制资料的整理和分析完成市场调查报告第二章 顺势而为，选准切入点五指并拢，一个拳头出击钻夹缝策略开发符合审美要求的产品开发满足心理需求的产品开发绿色产品第三章 小企业如何给产品定价寻找供需平衡点竞争导向定价法折扣定价策略地区定价策略心理定价策略组合定价策略阶段性定价策略第四章 质量：营销的决定力量用质量留住顾客优质是最好的广告顾客是衡量质量的权威．新产品开发是提高质量的捷径全盘考虑：打好质量这张牌第五章 如何建立营销渠道分销渠道的选择策略影响渠道选择的因素如何做好直销如何用好中间商第六章 小企业的服务制胜法则用服务质量塑造企业形象站在顾客的角度感受服务向顾客提供超值服务以完美的服务招徕顾客用售后服务稳住客源与顾客保持联系建立自己的顾客网络妥善处理顾客的抱怨第七章 促销：夺取市场的利器出奇制胜的促销策略技巧促销策略厚利适销策略有奖促销策略促销的技巧成功促销的关键千奇百怪的促销法第八章 如何做好广告宣传做好广告定位选择适当的媒体做好广告费用预算小企业如何巧做广告小企业必不可少的POP广告新兴的网络广告第九章 如何化解营销危机小企业如何避免出现营销危机要善于在失败中寻找机会小企业化解营销危机的对策

## 章节摘录

第一章 营销从市场调查开始　　小企业开发产品并将其成功地推向市场，最关键的是产品要适应市场的需求，被消费者所接受。
那么如何才能确认产品是满足市场需求的呢？
最根本的一条就是从自身出发，借助市场调查来认清自己，找准市场。
市场营销工作的好坏，将决定企业的成败。
对经济实力薄弱，资金周转本就捉襟见肘的小企业来说，付出高昂的代价请一家专职市场调研公司来帮助你制定市场开发计划是不切实际的，最好的选择是由自己来做市场调研。
本章将告诉你，应该怎样一步一步地搜集市场信息，从中得出结论，并据此制定一份切实可行的市场开发计划。
当然，如果你们公司经济宽裕，付得起钱聘请一家专职市场调研公司为你提供服务的话，我们也不给你泼冷水。
　　制定市场营销计划　　市场营销计划将通过市场调研技术来帮助你解决市场开发问题。
　　几乎所有企业都在不断地进行着不同程度的市场调研工作，以解决企业所面临的市场问题：应该向顾客提供什么样的产品？
怎样确定销售价格才能确保已占领的市场？
靠个人臆想得出的所谓正确的解决办法，很有可能导致决策失误，从而使你为此付出沉重代价。
如果采用现代市场调研技术来解决这些问题的话，你就有更大的把握制定出正确的市场开发方针和策略。

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