

<<G51 如何制定与管理策略性营销计划>>

图书基本信息

书名：<<G51 如何制定与管理策略性营销计划(VCD)>>

13位ISBN编号：9787880156683

10位ISBN编号：7880156682

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>

## <<G51 如何制定与管理策略性营销计划>>

### 内容概要

营销计划是企业所有计划中的龙头，牵一发而动全身。计划的科学性、规范性、务实性、创新性直接关系到企业各部门工作的开展，更对企业总体战略目标的实现有着举足轻重的作用。但是企业虽然知道营销计划的重要性，在实际工作中却是“计划跟不上变化，订了计划执行与管理又跟不上”或计划干脆行同虚设，流于形式。营销计划的灵魂在于策略的定位，策略一旦失误，则执行再好也会满盘皆输。本课程将营销实战的策略性贯穿于课程始终，让学员既了解制定营销计划一般的操作流程，又能从中分享到营销计划从制定、管理到执行的宝贵实战经验，更能对策略的运用与把握有全面的认识与提高。

书籍目录

第一讲 营销计划解惑（一）

- 1.引言
- 2.营销计划的重要性
- 3.计划不能实施到位的根源（上）

第二讲 营销计划解惑（二）

- 1.计划不能实施到位的根源（下）
- 2.为什么营销计划成了众矢之的
- 3.中外企业对营销计划的不同态度（上）

第三讲 营销计划解惑（三）

- 1.中外企业对营销计划的不同态度（下）
- 2.营销计划是企业计划的龙头

第四讲 营销计划解惑（四）

- 1.营销计划中管理与执行的关系
- 2.将营销计划提升到战略层面

第五讲 营销计划内容分析（上）

- 1.营销环境
- 2.营销目标

第六讲 营销计划内容分析（下）

- 1.销售组织形式
- 2.产品策略
- 3.价格策略
- 4.经销商激励与控制策略
- 5.促销推广

第七讲 营销计划的策划（上）

- 1.市场信息的收集与调研
- 2.营销计划策划关键点把握
- 3.营销策略工具的应用

第八讲 营销计划的策划（下）

- 1.传统营销与整合营销的区别
- 2.农夫山泉战上海策略分享
- 3.目标市场与根据地营销
- 4.市场区割与细分的战略性思考
- 5.产品卖点的提炼与把握
- 6.改变卖点起死回生

第九讲 营销计划的执行管理（上）

- 1.从销售到管理的五大困惑与三个改变
- 2.销售管理的特点

第十讲 营销计划的执行管理（下）

- 1.目标管理的要点
- 2.销售计划分解
- 3.销售的绩效管理
- 4.销售的管理实践

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>