

图书基本信息

书名：<<G50 如何构建市场导向下的优势营销体系(VCD)>>

13位ISBN编号：9787880157277

10位ISBN编号：7880157271

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>

内容概要

当前，在全球贸易额下降、航运需求不足、运力供大于求的大环境下，探索建立适应市场竞争需求的营销体系，对于增强航运企业的竞争力和长远发展后劲，具有更紧迫、更重要的作用和现实意义。

从理论上来说，营销是指个人和集体通过创造并同别人交换产品与价值，以获得其所需所欲之物的一种社会过程。

对航运企业而言，货物在时间和空间上的位移，就是航运企业提供的产品；在货物位移过程中增加的价值，是航运企业赖以生存的收入来源。

航运需求是由贸易派生而来的，具有被动性和依赖性的特点。

客户是航运需求的消费者。

如何满足航运市场客户即消费者的需要，建立适应市场竞争的营销体系，是航运经营管理者必须研究的重要课题。

书籍目录

- 第一讲 市场营销操作与传统的差异（一）
 - 1.营销与交换
 - 2.市场意识到底是什么
- 第二讲 市场营销操作与传统的差异（二）
 - 1.细节决定成败
 - 2.由企业导向转为市场导向
 - 3.做市场还是拿订单
- 第三讲 市场营销操作与传统的差异（三）
 - 1.营销与销售的核心操作差异
 - 2.精耕的成功案例
- 第四讲 市场营销操作与传统的差异（四）
 - 1.案例一“屈臣氏”以外形取胜
 - 2.案例二“鲜果纯水”的创新案例
- 第五讲 市场定位操作分析（上）
 - 1.市场定位的概念
 - 2.市场定位决定的五个流程
- 第六讲 市场定位操作分析（下）
 - 1.日本山德利烈酒定位分析
 - 2.水分子振荡器商品定位分析
- 第七讲 塑造自我价值提升优势价格（上）
 - 1.加法定价与减法定价
 - 2.市场容许度与价值提升
- 第八讲 塑造自我价值提升优势价格（下）
 - 1.如何塑造自我优势
 - 2.客户心中的衡量尺度
- 第九讲 市场渠道操作的重要观念（一）
 - 1.经营观念的发展模式
 - 2.产销价值链的竞争
- 第十讲 市场渠道操作的重要观念（二）
 - 1.从交易转向合作
 - 2.市场意识与客户导向
- 第十一讲 市场渠道操作的重要观念（三）
 - 1.营造购物氛围
 - 2.展现商品魅力

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>