

图书基本信息

书名：<<G58 如何进行低成本营销VCD/软件>>

13位ISBN编号：9787900177926

10位ISBN编号：7900177922

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>

<<G58 如何进行低成本营销VCD/软>>

内容概要

讲师：诸强新，原农夫山泉全国营销总经理，上海交大EMBA客座教授，中国十大杰出营销人，香港大学整合营销传播研究生，《经理人》杂志“中国商界MVP金奖”评委。18年国际及本土企业营销经验，以显赫战绩说话的营销高手，15天组建可口可乐山东全省销售网络，两个月攻克农夫山泉上海市场，多家权威媒体整版专访报道，曾服务于可口可乐等知名企业，从业务到集团总裁。

曾培训或营销策划过的企业包括：通用电器、中国移动、中国银行、台湾友佳机械、娃哈哈、燕京啤酒、完达山、海信、吉利汽车、ASPRIT等上百家。

学员队诸老师的评价时是：最具实战性与感染力的营销导师。

本课程适宜学习对象：营销总经理；市场经理、主管；销售经理、主管。

书籍目录

第一讲 营销的定义

1.前言

2.什么是营销

第二讲 营销的八大困惑（上）

1.营销理论的问题

2.先终端还是先广告

第三讲 营销的八大困惑（中）

1.为何成了营销战

2.为何营销费用高

第四讲 营销的八大困惑（下）

1.如何参战

2.产品多是否销量大

3.没有竞争好不好

4.有了卖点为何仍难卖

第五讲 造成营销困惑的原因

1.恐狂忙综合症

2.营销中的加法思维

3.部门间职责不清

4.未真正理解整合营销

5.不能适应竞争层次的演变

6.品牌缺乏内涵

第六讲 中国市场的变化

1.消费者的变化

2.产品的变化

3.企业的变化

4.营销观念的变化

5.竞争的变化

第七讲 低成本公关营销的运用（上）

1.公关营销的定义

2.公关营销的工作

第八讲 低成本公关营销的运用（下）

1.公关营销的作用

2.公关宣传的工具

第九讲 公关营销的六大实战技巧

1.没有广告销售产品

2.增强广告效果

3.增强广告播出效果

4.新品上市

5.增强促销效果

6.建立消费忠诚

第十讲 危机公关实战技巧

1.危机的概述

2.危机处理技巧

第十一讲 低成本的营销创新实战技巧（上）

1.产品创新

2.渠道创新

第十二讲 低成本的营销创新实战技巧（下）

1.促销创新

2.广告思路创新

3.策划创新

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>