

图书基本信息

书名：<<G68 年度营销计划的制定与执行VCD/软件>>

13位ISBN编号：9787900196255

10位ISBN编号：7900196250

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>

<<G68 年度营销计划的制定与执行V>>

内容概要

营销计划很像软件中的“插件”，能够起到承上启下的作用。但在中国企业中，真正把营销计划做的好的并不多，如何制定公司的年度营销计划并将其贯彻执行已经成为当前国内企业一个非常关注的问题。本课程通过对营销计划的剖析，让您掌握营销计划制定与执行的基本技巧，充分发挥营销计划的优势，使您的企业资源真正形成配合，发挥最大的效率，同时可以提高部门间的配合水平，提高协调程度，最重要的是使您的企业未来的投入与产出得到有效的控制，避免风险。

书籍目录

第一讲 重新认识年度营销计划（上）

- 1.引言
- 2.与以往营销计划的区别
- 3.中国营销计划的现状
- 4.营销计划性是中外企业的重大区别

第二讲 重新认识年度营销计划（下）

- 1.中国营销领导的做事风格
- 2.年度营销计划存在的问题
- 3.老板的经营等式
- 4.营销计划应体现经营者思维
- 5.营销计划的121法则
- 6.公司计划与营销计划的关系

第三讲 认清营销形势与问题（上）

- 1.环境认知的三个层面
- 2.客户价值的发现

第四讲 认清营销形势与问题（下）

- 1.清醒的认识自己
- 2.清醒的认识竞争对手

第五讲 如何制定营销指标（上）

- 1.营销指标的作用
- 2.营销指标的分类

第六讲 如何制定营销指标（下）

- 1.营销指标的设计
- 2.营销指标质询会议

第七讲 制定营销策略

- 1.营销策略的思路
- 2.品牌与产品的发展策略

第八讲 营销行动计划（上）

- 1.销售指标分解
- 2.区域指标分解
- 3.如何划分区域
- 4.产品指标分解

第九讲 营销行动计划（中）

- 1.人员指标分解
- 2.利润考核与销售额分配

第十讲 营销行动计划（下）

- 1.客户指标分解
- 2.市场行动计划

第十一讲 营销计划的执行（上）

- 1.关键点一：用人（一）
- 2.关键点一：用人（二）

第十二讲 营销计划的执行（下）

- 1.关键点二：规则意识
- 2.关键点三：销售激励政策的制定

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>