第一图书网, tushu007.com

<<营销者百宝箱>>

图书基本信息

书名：<<营销者百宝箱>>

13位ISBN编号：9787100056892

10位ISBN编号：7100056896

出版时间：2008-7

出版时间：商务印书馆

作者：哈佛商学院出版公司 编

页数：274

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

前言

世界著名的管理大师彼得·德鲁克在开展企业咨询、诊断工作的时候，情形总是这样的：双方坐定之后，雇主总会提出一大堆的问题向德鲁克求教。
这时，德鲁克总会避开这些问题，然后反问雇主说：“你最想做的事是什么呢？
”“你为什么要去做呢？
”“你现在正在做什么呢？
”“你为什么这么做呢？
”德鲁克绝不会取代雇主去“解决问题”，而是帮助雇主“界定问题”。
他改变了雇主所问的问题，并提出一连串问题反问雇主，目的是帮助雇主认清问题，找出问题的关键，然后让雇主自己动手去解决那些亟待解决的问题。
我们可以看到，德鲁克在以实际行动告诫着企业家们，不要迷信管理大师能给你带来企业的成功，要针对现实情况进行具体的分析，找出有针对性的解决办法。
营销工作也是如此，企业必须学会去管理自己的营销行为，从而培育营销的竞争力。
市场营销的职能在于：识别顾客的需要和欲望，确定企业所能提供最佳服务的目标市场，设计出适当的产品、服务和项目，以满足这些需要和欲望。
很多营销人员都热衷于营销观念的学习，但都是被动地现学现用、现囤现卖，导致的结果就是，营销观念虽然很先进，对营销的重视程度也不可谓不高，但却往往致使企业走进营销误区、市场误区，甚至是发展误区。
究其原因是因为这些营销人员不清楚各种营销工具的使用方法和特性，没有选择恰当的营销工具。

内容概要

本书既涵盖了营销的基本思想，也包括了当今一些更富挑战性的营销问题，例如网络营销和全球营销。
不管你是工程师、销售人员、产品研发人员还是技术专家，如果你承担着管理工作，又对营销不甚了解，本书都会让你迅速熟悉营销方面的一些必要的概念。
任何公司的任何人都需要了解营销。
如果你已经参与了营销工作，比如是营销研究人员、销售代表、电子商务网站管理人员，本书会拓宽你对这门学科的理解，并向你展示营销的各个组成部分在连贯而有效的营销战略和营销计划中分别起到什么作用。

作者简介

理查德·吕克（Richard Luecke），哈佛商务指南系列丛书多本书的作者。
他在马萨诸塞州的塞伦工作，出版各类商业主题的著作40多本，也曾发表多篇文章。
他拥有圣托马斯大学（University of St. Thomas）的工商管理硕士（MBA）学位。

书籍目录

序言 1 市场营销战略——市场营销战略如何配合 企业战略？
什么是战略？
战略决策过程 市场营销战略如何配合企业战略 市场营销战略和产品生命周期 小结2 制订市场营销计划——总论 从战略到计划 通过营销组合来实施计划 计划实施的控制 小结3 市场研究一一倾听和学习 正式的市场研究 分析买方偏好的两种正式方法 非正式研究方法：与顾客密切联系 小结4 市场的定制化——市场细分、目标市场选择与市场 定位 市场细分 目标市场选择 市场定位 小结5 竞争者分析——了解你的对手 你的竞争对手是谁？
需要分析的特性 波特的五力模型 小结6 品牌塑造——顾客所看重的差异化 日用产品或服务的差异化 差异化的方法 有价值的差异化 小结7 合适的目标顾客——顾客的获得、维持和发展 顾客的经济价值 顾客维持 顾客发展 小结8 开发新的产品和服务——营销人的角色 两种类型的新产品 将产品线延伸到新的市场 新产品开发过程 营销人的角色 新产品策略 不能只关注新产品 小结9 合理定价——战略、应用及可能的陷阱 成本加成定价 撇脂定价 渗透定价 发展经验曲线 声望定价 诱饵定价 价格促销 顾客理解价值：价格的最终裁决者 定价和产品生命周期 小结10 整合营销传播——创造性、一致性和有效的资源 分配 营销传播的目标 传播媒介 综合考虑 管理的挑战 小结11 互动营销——新渠道、新挑战 不断增长的在线销售 电子邮件营销 网上交易 小结12 国际市场营销——营销范围的拓展 产品决策 促销 渠道（或分销） 价格 对国际市场营销决策的控制 小结13 市场营销新发展——未来的挑战 现在的买方拥有更多的信息 信誉的传达 跳出营销传播混乱的困境 市场分散 结果测量和责任导向 营销道德 小结附录 有用的实施工具注释术语表扩展阅读顾问简介作者简介

编辑推荐

哈佛经管图书简体中文版！
全球独家授权！
哈佛商务指南——营销者百宝箱（成功营销的十大策略）！
做好生意的良师和向导！
您手边的权威答案！
不管你是工程师、销售人员、产品研发人员还是技术专家，如果你承担着管理工作，又对营销不甚了解，本书都会让你迅速熟悉营销方面的一些必要的概念。
关于“哈佛商务指南”丛书，哈佛商务指南系列图书为商务领域最相关的话题提供全面的建议、个人辅导、背景信息和指导。
这一套简明的指南吸收哈佛商学院出版社和其他机构的丰富内容，精心编排，为具有不同层次经验的读者提供了非常实用的资源，尤其对新经理人有着特别的价值。
为了确保高质量与准确性，每部书均经过一位世界一流的商学院专业内容顾问的仔细审阅。
无论你是一位打算扩展技能的新经理人，还是一位准备拓宽知识基础的成熟专业人士，都可以从这套提供解决方案的图书中随时得到帮助。

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