第一图书网, tushu007.com

<<营销炼金术>>

图书基本信息

书名：<<营销炼金术>>

13位ISBN编号：9787121076176

10位ISBN编号：7121076179

出版时间：2009-1

出版时间：电子工业

作者：影响力中央研究院教材专家组

页数：163

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

易发久是我的忘年之友，也是我众多弟子中最有德、有识、有才者之一。
一个老师最大的骄傲就是培养出让自己敬佩的学生，如今我可以无憾地说，我就是那个最幸福的老师。
发久聪明睿智、勇于探索、善于创新，常常让我赞叹、欣慰，在业内也是有口皆碑。
我自与他相识、相知以来，亲见他出版了一本又一本专著，主持了一个又一个培训盛会，结识了一代又一代才俊，培训了一批又一批学员，一次次将中国的培训事业推向高潮。
可以肯定地说，没有发久，中国的培训也会大踏步发展，但一定会落后一两年。
不要小看这一两年时间，在周围环境瞬息万变的时代，也许落后一步就要追赶几十年。
所以，发久对中国企业的发展，可以说是有功德的。
我是中国“文革”后最早从事培训工作的人之一，早在1977年就倡导并创办了全国第一所民办大学，在1986年又创办了全国第一个MBA班，亲眼目睹了中国培训业30多年的发展。
我百感交集，既欣慰喜悦，又惋惜痛心。
欣慰的是，越来越多的企业已认识到了培训的重要性，而且提供培训服务的公司也越来越多；惋惜的是，大部分培训没有达到预期效果，许多培训公司只是昙花一现即告凋零。
为什么会出现这种“其兴也勃焉，其亡也忽焉”的现象呢？
细细思索，可归咎为如下原因：　　（1）单纯学习西方，生搬硬套。
西方的东西虽对中国企业有借鉴意义，但它再好也不会完全适应中国国情，一定会有些水土不服。
（2）过分强调古代的经营谋略，又不能很好地联系实际，导致“看上去很美”，却难以古为今用，创造效益。

内容概要

企业的营销能力取决于营销总监的水平。
本书着重介绍了提升营销总监领导水平的4个方面，即炼就营销总监的4大魔方：“炼”心法——炼就金牌营销总监的基本功；“炼”套路——营销炼金的10道工序；“炼”刀法——去除营销战略的8根“软肋”；“炼”绝招——突破营销的4字“诀”招。
本书内容注重实战；论述深入浅出，通俗易懂；工具多、方法多、案例多。
本书不仅可以作为营销总监提升领导力的指导工具，而且也可以作为企业内部培训营销负责人的培训教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。

<<营销炼金术>>

书籍目录

第1章　“ 炼 ”心法：炼就金牌营销总监的基本功1.1　营销总监，找准自己的定位工具　测一测你对营销总监一职的理解案例讨论　以不变应万变，终将失去市场1.2　打造金牌营销总监的3大魔方工具　营销人学习的4大途径案例讨论　B企业对营销主管的要求1.3　永葆青春：成就“ 常青树 ”式营销总监的3大法宝工具　营销总监永葆激情的方法案例讨论　敬业的营销总监本章小结第2章　“ 炼 ”套路：营销炼金的10道工序2.1　分析市场环境工具　市场机会矩阵分析表案例讨论　欧委会限制打火机案例2.2　有效的市场调研工具　市场调研报告格式案例讨论　C品牌洗衣机的市场调查2.3　稳抓市场预测工具　市场预测步骤分析表案例讨论　彩电行业价格大战，企业如何做营销预测2.4　细分目标市场工具　市场细分的步骤图案例讨论　小超市巧分肉类赚大钱2.5　选择目标市场工具　选择目标市场的5种方式案例讨论　江崎泡泡糖的奇迹2.6　精准定位市场工具　市场定位的3大方法案例讨论　沐浴露转移定位的可行性探讨2.7　确定营销组合工具　市场营销组合示意图案例讨论　E企业薄脆曲奇进军新市场2.8　精细制定营销计划工具　营销战略分解表案例讨论　F企业营销预算困境2.9　打造高效营销组织工具　营销组织的组合模型案例讨论　G企业的营销组织变革历程2.10　灵活有效地执行营销战略工具　营销战略LAPE分析框架案例讨论　H啤酒企业销售额下降的解决办法本章小结第3章　“ 炼 ”刀法：去除营销战略的8根“ 软肋 ”3.1　单挑第1根：认知不足，毫无战略可言工具　战略认知误区表案例讨论　战略规划陷入误区3.2　挑去第2根：盲目招商，毫无规则工具　做好招商工作的6个要点案例讨论　酒类行业招商圈钱案3.3　砍掉第3根：心浮气躁，唯“ 销 ”是图工具　营销浮躁症的表现案例讨论　L企业深度营销案3.4　剔掉第4根：执行不畅，失去控制工具　执行不畅的2种表现形式案例讨论　N企业的审核制3.5　除掉第5根：品牌短板，难以做强工具　解决品牌短板的3大原则案例讨论　制药企业建立独特品牌优势案3.6　伐掉第6根：因循守旧，战略不变工具　同化策略方法表案例讨论　电热水器跟风案3.7　切掉第7根：广告满天飞，利润无影踪工具　公关短期行为分析表案例讨论　M保健品企业陷入报道困境3.8　削掉第8根：促销无度，过犹不及工具　把握促销时机的方法案例讨论　K牌酒创销售奇迹本章小结第4章　“ 炼 ”绝招：突破营销的4字“ 诀 ”招4.1　“ 略 ”字诀：中小企业的8大战略思维工具　专业化经营方式案例讨论　s企业开发产品案4.2　“ 阵 ”字诀：营销突破的5个阵地工具　渠道变化策略表案例讨论　张总营销改革案4.3　“ 战 ”字诀：营销制胜的8大备选战术工具　“ 根据地 ”选择示意图案例讨论　宠物狗靓妆秀4.4　“ 牌 ”字诀：稳操胜券的10张金牌工具　体验营销的操作步骤案例讨论　盖天力感冒药广告分析本章小结后记参考文献

章节摘录

第1章 “炼”心法：炼就金牌营销总监的基本功 1.1 营销总监，找准自己的定位 本节要点 1.领袖人物 2.策划高手 3.沟通家 4.授业之师 营销总监作为企业营销策略的制定者和执行者，作为营销团队的领导者，他对自己的定位影响到战略的执行，影响到团队方针政策的具体实施，最终影响到营销事业的成败。
因此，找准自己的定位，是成就优秀营销总监的大前提。
那么，一名优秀的营销总监应该如何进行定位呢?下 面就营销总监的角色定位进行分析。
1.1.1 领袖人物 领袖是一个团队或组织的“灵魂”人物。
营销总监就应该成为营销团队的“灵魂”人物。
我 们曾经唱给领袖的歌里有这么一句：“大海航行靠舵手。
”营销团队好比商海中的航船，如果领 袖不称职，迷失了方向，那么整个团队很可能出现船毁人亡的惨剧。
营销总监就是为航船拨开迷雾见太阳的“领航者”。
在激烈的市场竞争中，市场环境千变万化，竞争状况极其复杂，或者迷雾重重，或者潜流暗涌。
如果一名营销总监缺乏远见，没有战略眼光，不具备审时度势的眼光和高瞻远瞩的胸怀，缺乏对竞争环境和对手精敏的把握能力，那么，犹如领航者对航向辨识不明，对风向把握不准，会将营销战略带入到“盲人骑瞎马”的危险状态，这样就很容易使企业经营卷入市场的旋涡，或掉人竞争对手布下的陷阱，从而被淘汰出局。
因此，营销总监必须是一名出色的领导者和管理者。
营销总监全面负责营销工作的身份决定了他的使命必须做好营销领袖的角色：对内，必须做好各个营销队伍的“领航员”；对外，必须 能领航与营销相关的各种系统与组织，如渠道的建设、终端的维护。
唯有此，才能真正地维护销 售市场的稳定，提升市场占有率，最终实现企业的销售和经营目标。

媒体关注与评论

40%学完能用，40%明天能用，20%将来能用。
这套影响时空管理丛书具有很强的应用价值，对于广大企业管理来说，是一套不可多得的工具书。
——国家人力资源和这会保障部中国人事科学研究副院长 吴德贵　　企业需要的是营销管理者和精英们能立即解决实际问题。
这套营销总监系列就是为企业迅速解决营销实际问题而量身定制的全套方案。
——春风投资有限公司董事长、营销专家 孟昭春　　成功的营销中，80%靠的是科学方法，20%靠的是艺术手法。
如何将科学方法做得扎扎实实，将艺术手法发挥得淋漓尽致，这在这套营销总监系列中得到了很好的诠释。
——夏尔科技COO 刘凡　　营销管理者关系着企业长期发展的市场战略的制定和实施，因此在日趋激烈的市场竞争中，他们也需要不断地学习并提升自身的综合素质，在团队中做好榜样与教练。
营销总监系列是一套很好的工具。
——东方希望集团农业贸易部市场总监 黄光君　　实现企业较好效益，让股东利益获得较大价值，对团队成员的付出给予很有效的利益回报，是每位营销总监在岗位上存在的价值。
但每位营销总监也都在追求自己的价值最大化，不是吗？
如果是这样，这套营销总监系列，您必须拥有。
——北京爱国者妙笔数码科技有限责任公司市场销售总监 颜辉　　易发久老师是一个执著的人，十多年来，他坚持不懈地研究中国企业的发展，也一直在关注中国企业的利润增长。
他曾经说过，营销总监的价值是让企业利润有所增长，如果没有实现，那么营销总监也就失去了存在的价值。
易发久老师及其团队研发的这套营销总监系列定能让营销总监的价值倍增，企业利润迅速增加。
——北京精诚亿想科技有限公司总经理 吕新桥

编辑推荐

不仅可以作为营销总监提升领导力的指导工具，而且也可以作为企业内部培训营销负责人的培训教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。

工具化、本土化、实战化、系统化　　让您的职业生涯从此发生实质性改变　　中国培训行业的领军品牌　　影响力教育训练集团是中国培训咨询行业的先行者，见证了中国培训咨询行业发展的全过程，并以自己卓越的成就成为该行业的领军品牌。

集团创始人易发久先生1996年携手多位业内知名人士初创影响力品牌，1999年正式注册公司。
以“教育产业报国”为使命、“为中国企业普及必修课程”为己任，旨在为中国企业打造“十万CFO、百万经理人”。

十年磨一剑　　在影响力集闭进入第10个年头的今天，已拥有培训事业部、拓展事业部、科技事业部和文化事业部四大独立运营体系。
自2005年起，已经在上海、北京、天津、青岛、济南、苏州、南京、无锡、宁波、杭州、义乌、温州、成都、厦门、重庆、西安、福州、大连、沈阳、广东、深圳、香港等发达省市地区开设了20余家分公司，加盟商、代理商有250多家。

一流名师团　　影响力集团拥有阵形容庞大的一流师团，连续6年学员平均满意率达97%以上。
已为150多家世界500强在华企业提供培训咨询服务。
会员企业超过10万家，累计学员逾260万人次。
影响力集团将继续为中国经济提速而不懈努力！

影响力教育训练集团与北京影响时空文化传媒有限公司组织国内十几位专家、几十位学者、上百位培训界精英，专门成立影响力中央研究院教材专家组，历经3年时间，精心创作了这套影响时空管理丛书。
这套丛书内容注重实战，以解决企业管理实际问题为导向；论述深入浅出，通俗易懂；工具多，方法多，案例多。
这套丛书已在影响力教育训练集团的多轮培训课程中使用并多次修订，受到各层次管理者的欢迎和好评。

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