第一图书网, tushu007.com

<<成功创业的14堂营销课>>

图书基本信息

书名：<<成功创业的14堂营销课>>

13位ISBN编号：9787300132563

10位ISBN编号：7300132561

出版时间：2011-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：伦纳德·M·洛迪士

页数：252

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

本书从定位、市场细分、分销渠道、销售管理、促销、广告、公共关系、营销资源配置等14个方面，用丰富翔实的案例全面介绍了创业型企业如何挖掘和强化自己的核心竞争力、如何形成有效的差异化、如何通过营销获得更高的利润。
对于中国渴望成功的广大创业者和创业企业来说，本书极具指导性。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

伦纳德·M·洛迪士(LeonardM. Lodish)，沃顿商学院营销学教授、副院长，沃顿全球咨询课程的创办人和沃顿MBA创业营销课程发起人。
他的研究领域包括营销决策支持系统、营销实践以及创业营销等。

第一图书网, tushu007.com

<<成功创业的14堂营销课>>

书籍目录

第1课 定好营销战略才能赚大钱
第2课 催生、筛选和开发创意
第3课 定价：避免常见误区
第4课 分销渠道策略：坚持具有可持续的竞争优势
第5课 产品发布：使产品和服务的终身收益最大化
第6课 有效的广告：要模糊正确不要精确错误
第7课 如何运用公关创造最大价值?
第8课 通过销售管理实现增值
第9课 营销推动销售
第10课 促销和病毒性营销：使可持续盈利能力最大化
第11课 营销资源配置
第12课 招聘、培养和留住雇员
第13课 融资活动营销
第14课 创建强势品牌和公司

章节摘录

第1课 定好营销战略才能赚大钱　　找准价值主张　　“我卖什么？
卖给谁？
他们为什么买？
”对于这个看似简单的问题的回答，却对你的企业是否成功发挥着决定性的影响。
回答这个问题，将催生企业对于客户独特的价值主张。
　　这个独特的价值主张是什么？
为什么它很重要？
　　首先，价值主张（value proposition）是企业产品、服务或所能提供给客户的其他东西的内在价值承诺。
这是客户在购买你的东西时可以期待的收益表现方式。
简单地说，就是让他们出资购买的东西。
所谓独特的价值主张，就是一个让你在竞争中独树一帜的价值主张。
　　价值通常由三个方面所组成：　　·性能（如丰富的功it）；　　·价格（如低价位）；　　·关系（如个性化服务）。
　　价值倾向是相对的，例如，有的公司更关注低价位，有的则更关注产品和服务的可靠性。
举例来说，思科公司的无线路由器的价位比其以前的竞争对手、现在的附属公司Linksys（该公司也具有相同的运营特色）高出l0倍以上，但产品的可靠性更强。
对于IT产品的购买者来说，产品的可靠性和系统运行时间是最重要的，思科的价值也正在于此。
对于家庭无线网络使用者来说，价位则是他们更关心的问题，他们会因为显著降价而放弃对于产品高可靠性的关注。
因此，关键在于了解自己的营销对象是谁，并据此找准自己所提供的独特的价值主张。
　　……

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