第一图书网, tushu007.com

<<新产品上市营销管理技巧>>

图书基本信息

书名：<<新产品上市营销管理技巧>>

13位ISBN编号：9787301084748

10位ISBN编号：7301084749

出版时间：2005-1

出版时间：北京大学出版社

作者：李玉萍

页数：256

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

当遍及全球的新产品之战愈烈的时候，你的新产品如何突出重围，优势胜出？
当国内企业在“价格战”中拼杀得头破血流的时候，你的企业品牌知名度与销售利润如何节节攀升，屡战屡胜？
20年前，管理大师德鲁克说过“不创新，即死亡”！
但事实上，大多数新产品均以失败而告终，甚至成为企业衰败的主要原因。
办有9.4%的新产品给企业带来的不仅是倍增的利润，还有大幅攀升的市场地位！
它们的成功总有其必然的因素。
“新产品上市营销是严谨的技术，也是实践的艺术”！
在市场营销领域有多年实践经验的李玉萍女士，从分析一系列新产品上市成功的典型“事件”与案例入手，与您“面对面”分享新产品市场的市场分析、品牌战略、营销策略以及组织执行的全新理论与经验精髓。
相信通过此书，您既可能掌握如何解决新产品上市营销管理难题的有效方法。
也能获得使企业利润倍增的实战技巧。

作者简介

李玉萍，品牌营销管理专家、高级咨询师。
曼吉科管理咨询公司执行副总，苏州民企研究发展中心主任，国内多家企业营销及公关顾问，二十余家知名网站特聘专家、专栏作家，国内多家期刊特约撰稿人，博锐金牌讲师，深圳、上海、北京等多家咨询公司特聘讲师。
李玉萍曾任国内上市公司、大型民企营销总监、销售副总等职，积累了丰富的新产品上市营销、品牌策划与管理经验，并致力于新品上市以及品牌营销管理方面的研究，主持并参与了多个营销推广和咨询项目。
主要服务客户：日本TOWA集团、三九药业、太阳集团、西安杨森、海王药业、怡宝、肯德基、罗兰化妆品、湛宝集团、广东绿源、法泰电器、新城建设集团、通用电器、光华集团等。

书籍目录

第一章　成功压倒一切新产品给企业带来了什么新产品界定新产品给企业带来了什么全球新产品战争的趋势全球新产品战争的驱动因素第二章　如何进行市场分析什么是造就了成功者能够带给消费者好处的卓越产品以市场为导向开发新产品新产品市场前充足的准备推崇创机关报文化氛围开发过程的执行能力以及前后的一致性最高层领导的支持资源的充足以及配置到位速度是令人生畏的武器其他关于新产品成功的经验败阵产品的前车之鉴新产品开发失败的原因国内新产品开发现状新产品上市管理流程图第三章　新产品营销战略规划新产品市场调研新产品市场调研常用的方法新产品市场研的七大常见障碍案例如何识别市场机会以战略性眼光审视行业聚焦于顾客,发现他们的需求与有创新精神的大客户一起工作激发整个组织的创造能力来源于销售代表的创意如何形成产品概念产生构思的八种法宝如何筛选创意如何将创意转化为产品概念如何界定市场理想的市场模型如人可进行市场分析宏观环境分析变是惟一永恒的真理如何界定市场……第四章　新产品营销策略规划（上）第五章　新产品营销策略规划（中）第六章　新产品营销策略规划（下）第七章　如何有效执行营销计划

编辑推荐

当遍及全球的新产品之战愈烈的时候，你的新产品如何突出重围，优势胜出？
当国内企业在“价格战”中拼杀得头破血流的时候，你的企业品牌知名度与销售利润如何节节攀升，屡战屡胜？
20年前，管理大师德鲁克说过“不创新，即死亡”！
但事实上，大多数新产品均以失败而告终，甚至成为企业衰败的主要原因。
办有9.4%的新产品给企业带来的不仅是倍增的利润，还有大幅攀升的市场地位！
它们的成功总有其必然的因素。
“新产品上市营销是严谨的技术，也是实践的艺术”！
在市场营销领域有多年实践经验的李玉萍女士，从分析一系列新产品上市成功的典型“事件”与案例入手，与您“面对面”分享新产品市场的市场分析、品牌战略、营销策略以及组织执行的全新理论与经验精髓。
相信通过此书，您既可能掌握如何解决新产品上市营销管理难题的有效方法。
也能获得使企业利润倍增的实战技巧。

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