第一图书网, tushu007.com

# <<锻造营销大师>>

## 图书基本信息

书名：<<锻造营销大师>>

13位ISBN编号：9787500447443

10位ISBN编号：7500447442

出版时间：2004-12-1

出版时间：中国社会科学出版社

作者：梁春满,刘洪生,欧洲工商管理学院,美国西北大学凯洛格管理学研究生院,伦敦商学院,宾夕法尼亚大学沃顿大学沃顿商学院

页数：396

译者：梁春满,刘洪生

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

第一图书网, tushu007.com

# <<锻造营销大师>>

## 内容概要

《锻造营销大师》是《金融时报》多年来刊载的研究报告的汇集，它展示了当代市场营销专家如何利用新技术驱动的市场营销战略，如何预测和营销影响顾客需求，如何确保市场信息不仅仅局限于广告和销售领域，而能畅达工商企业内外。

第一图书网, tushu007.com

# <<锻造营销大师>>

## 书籍目录

引言1. 2l世纪的市场营销我们从此走向哪里？
改变市场营销的游戏规则广告在什么时候促进销售？
选择从何处迈向全球：如何进行市场排序择优你重视顾客户价值吗？
如何对市场营销活动进行测评？
2. 理解顾客亚洲文化和全球消费者与消费者交流：四种有效定位方式预测：有效的经营原则细分市场在市场分析中加人道德因素3. 竞争分析建立持久的相互关系信息时代的竞争战略定价：既是艺术，也是科学解析竞争的游戏规则企业是如何共谋的？
4.　品牌策略迎接后现代消费者的挑战品牌战略和消费者行为品牌价值和产品线扩张：低端渗透能走多远？
商品单元：对品牌以外的形势做出估计消费者怎样处理信息超载问题5. 广告与销售创建一支销售团队是值得认真考虑的有效管理的数据库的力量进行广告效果分析如何使合并起来的销售团队有效运作监管市场中的误导者6. 市场进人战略与新技术做市场领先者值得吗？
后进入者有哪些选择？
新技术如何才能够迅速“起飞”？
创新型产品的需求估计通过学习获得永久的顾客7. 零售与直销零售的变迁类别管理：零售业中的新科学私人标志是对全国性品牌商品的威胁吗？
顾客服务的黄金法则直销的战略优势8. 分部门营销专业服务公司：未受赞扬的营销专家在市场上避免陷入商品陷阱信息超载以及新型数据处理工具电影营销人员面临的严峻问题如何给信息定价？
9. 全新的市场营销媒介进入翻天覆地的变革年代数码媒体：大做广告的捷径网络经济中的新式中介电子商务如何塑造新型商业模式发展高科技、多温情的网站在线社区如何迅猛发展10. 国际市场营销译后记

第一图书网, tushu007.com


## 章节摘录

选择从何处迈向全球：如何进行市场排序择优　　假设贵公司拥有30亿美元的现金，并且董事会让你明智地进行投资。
假如本土市场已经接近成熟，你可以选择将这笔钱存入银行户头，也可以选择利用贵公司的知识资本，把贵公司的核心业务扩展至高增长率的区域。
这里有一家欧洲电信公司的例子。
想知道它的选择吗？
那么赶紧国际化吧。
但是，这里有230个国家可供选择，做出一个能够被董事会支持的理性选择，是非常重要的。
国际市场选择的问题在于，它并非只面对一家公司。
若干因素已经加速了全球化的进程：国家对经济干预范围的缩小、民主的扩展、信息资源的普遍存在、私有化、价值链的全球化、基础设施的改善和国家主义的进入壁垒的减少等等。
全球战略计划制定的过程有三个典型的阶段。
首先，全球环境扫描和具体国家的排序择优。
这一阶段需要不仅考虑一个国家当前的市场潜力，还需要考虑该国长远的潜在需求，因为未来的销售正是依赖于此。
第二阶段更具有操作性，包括国家范围内的细节分析。
第三阶段包含设计最优的进入计划和监测地区性或是全球性的合理化方案。
这篇文章力求在第一阶段为管理者们提供帮助。
市场排序择优（Prioritizing markets）的最有效方式很可能是至少以两个关键尺度衡量所有的国家，这两个尺度本身就是复合尺度。
复合的方式长久以来就已为战略决策的制定者应用着。
该方法的最大挑战在于选取与国际战略制定者最相关的因素。
最相关的两大量度标准是“潜在需求”和“市场可接近性”。
具有高潜在需求和相对高的可接近性的国家（这就是说，公司进入这样的国家相当容易）要被赋予最高的优先权。
高优先权的国家和那些低潜在需求和低可接近性的国家之间是相互联系的。
图1-1显示了两种不同的情况。
在左图中，这家公司为市场的潜力所驱使，但是右面图中的公司则显示了其对于成本的重视和对于困难市场的规避。
本文假定其读者为一家“一般的公司”--就是说，一家既非特别注重市场，也非特别注重成本的公司。
计划制定者们必须因此而把他们自己公司的具体因素加进来，这些因素也许会改变某些属性（例如，一家加拿大的公司也许会觉得加拿大市场更容易接近，但是一家德国的公司却很可能不这么认为）。
……

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