

<<营销诊断>>

图书基本信息

书名：<<营销诊断>>

13位ISBN编号：9787501765966

10位ISBN编号：7501765960

出版时间：2005-8

出版时间：中国经济出版社

作者：任淑美

页数：316

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>

## <<营销诊断>>

### 内容概要

在买方市场中，营销成为企业最重要的部门，每个企业者在营销中投入了大量的人力、物力、财力，希望能够在营销中取得满意的成绩。

但是，事情往往不能如愿，《营销诊断：企业诊断丛书》针对企业在营销过程中最容易碰到、最难以解决的产品滞销、价格混乱、广告促销没有效果、人员跳槽、人浮于事等这些令人头痛的问题，一一对症下药，为企业提出解决方案。

## &lt;&lt;营销诊断&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 营销病症及处方第一章 产品：各领风骚一两年导致产品短命的四种常见原因产品先天足，靠炒作起家产品落后于人们现实需求的变化新型替代产品的出现被危机事件彻底打垮延长产品生命，让产品最大限度发挥市场价值深入的市场调查积极进行产品的更新换代事前防御，事后公关做好产品生命周期管理第二章 价格：企业心中永远的痛价格顽症低定价损害企业和产品的高端形象高定价无法得到消费者的青睐企业危机根源：恶性价价格战产品定价方法制定定价目标测定需求的价格弹性正确估算产品成本分析本行业同类产品价格选择定价方法选定最后价格企业定价应该注意的问题产品重新定价规则实施“重新制定定价规则”的条件改变定价的方式.....第三章 渠道：成也渠道，败也渠道第四章 广告促销：企业不能承受之重第五章 人员管理：相爱简单，相处太难第二部分 营销强身健身操第六章 营销战略规划：凡事预则立第七章 渠道网络建设：普遍撒网，重点维护第八章 客户销售与管理：友好并斗争着第九章 品牌广告促销：酒香还要会吆喝第十章 营销内部管理体系：规矩定方圆

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>