

图书基本信息

书名：<<降低营销成本最有效的108种方法>>

13位ISBN编号：9787501776146

10位ISBN编号：7501776148

出版时间：2008-8

出版时间：中国经济出版社

作者：郭凡，李胜男，崔苗 编著

页数：200

字数：208000

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

本书力图解决营销成本庞大而效率不彰的现实难题，充分汲取当代营销学真谛及众多高明商家的经验和智慧，为读者详细介绍了降低营销成本行之有效的108种方法。

这些方法操作起来简单实用，也许一个小小的方法，小小的窍门就可以帮助企业节省一笔庞大的不必要开支并事半功倍。

希望本书能够最大限度地帮助企业降低营销成本，获得最大的利润！

书籍目录

- 1 营销战略巧规划 01 降低营销成本的第一要务—战略营销 02 降低营销的高成本—计划不可少 03 导致的成本偏高的一个原因—目光短浅 04 降低营销成本—成本意识不可忽视 2 如何降低市场调研成本 05 市场调研可以节省你的开发成本 06 根据二手数据高飞 07 挖掘你可能早已掌握的信息 08 老总要学会“微服私访” 09 市场调研外包给专业公司 10 选择合适的一手调查方法 11 网上市场调研 12 知道适可而止 13 多客户调查 14 如何设置有效的问卷 15 调查问卷的预测 16 如何使调查问卷最大化的回收 17 如何获得竞争对手的情报 3 如何降低渠道费用 18 如何选择合适的渠道 19 对付美女的方法对付大卖场 20 中小企业如何与大卖场过招 21 中小企业如何“挑”经销商 22 用好经销商的地方客情 23 选择“小鱼”型代理商 24 挖掘终端市场特别渠道 25 渠道模式创新—渠道嫁接 26 构建关系型营销渠道 27 网络营销渠道蕴含无限可能 28 渠道整合1+1>2 29 如何治理窜货 4 如何降低顾客费用 30 选择你的目标顾客用MANIACT理论 31 放弃劣质客户 32 重老顾客保忠诚度 33 零成本营销—口碑营销 34 方便客户需求, 实现“一站式”服务 35 授信要苛刻—降低应收账款 36 如何让顾客轻松付款 37 实行客户关系管理 38 利用好与顾客的接触时间 39 挖掘竞争对手的大客户 5 如何节省广告费用 40 隐性广告—一大成功的广告模式 41 产品包—互惠互利的模式 42 什么情况下遇到信誉危机使用广告手段 43 面对较大的损伤时如何度过危机 44 广告策划的必要性 45 利用报纸广告的省钱策略 46 广播广告—价格便宜的广告形式 47 如何很好的利用网络广告 48 利用好“赞助活动” 49 “杂志广告”—针对特定目标群体的广告形式 50 广告产品定位明确才能节省成本 51 路牌广告适合什么企业 52 报纸夹页广告—比报纸广告更省钱 53 网络广告之关键词广告 54 体验型网络游戏广告 55 电子赠券 56 网络广告将更具经济性 57 切忌内容过多 58 E-mail营销 59 窄告—新型的省钱之法 6 促销如何省钱? 60 “事业关联”促销 61 联合促销是省钱的一大方法 62 体验式促销越来越受到青睐 63 争夺市场份额时, 多投入也不是一件坏事 64 有奖促销需要注意的问题 65 高价促销弥补促销费用 66 另一种促销方式—提供免费咨询 67 POP广告—最能吸引消费者省钱之法 68 赠送样品也要注意费用的控制 69 包装促销的省钱之法 70 退费促销与定价策略相结合 71 选择合适付费赠送方式 72 新产品适合零售补贴 73 分期付款 7 如何节省营销人员费用 74 提高工作速率, 降低人员费用 75 制定员工日常的营销费用范围 76 针对差旅人员营销费用实际控制技巧 77 差旅费里时间是最大的成本 78 会议是时间成本的大敌 79 何时选择营销外包 80 人员招聘时怎么省成本 81 团队人员劲往一处使 82 节省人员培训费用 8 公关费用的节省 83 什么时候放弃广告, 选择公关? 84 处理好与顾客的关系是最好的公关策略 85 网络公关, 招摇了就会适得其反 86 品牌是吵出来的一省钱 87 公关和广告不能搞分家 88 以行业卧底的身份公关营销 89 事件营销—争论也是宣传手段 90 让顾客买单的公关才算成功 91 什么企业适合本地公关策略? 92 低调公关之道 93 公关策划必须要细致 94 利用环保做公关 9 如何降低产品费用 95 低成本做靓包装 96 产品有卖点营销更轻松 97 根据顾客需求设计产品 98 如何处理好淡旺季的库存 99 如何降低产品的采购成本 100 利用第三方物流降低运输成本 10 其他 101 配合营销 102 嫁接营销可以降低营销成本 103 中小企业如何做事件营销? 104 什么时候适合一对一营销? 105 借竞争对手提升品牌 106 借权威造势 107 叫板权威更容易吸引目光 108 借社会名人造势参考资料

章节摘录

1 营销战略巧规划 01 降低营销成本的第一要务——战略营销 常言说得好：“方向正确就等于成功了一半”。

因此无论做什么，我们首先要做的就是确定一个正确的方向，对于企业而言就是要有一个正确的战略。

人们常说：“战略，做正确的事；策略，正确地做事”。

从这两句话也可以看出战略是一个目标，一个方向，一个定位，策略是实现这个目标、方向、定位的方式方法。

如果战略错了，也就是方向错了，策略执行得越好越与正确的方向距离遥远。

在这个意义上来说，战略成了一种前提，一种保证企业达到正确目标的前提。

营销也是这样，如果没有一个正确的方向，营销做的再花哨，也得不到对企业有利的结果，还会使得投入完全成为泡影，营销成本大大增加。

因此，战略营销是降低营销成本的第一要务。

那我们如何做战略营销呢？

也就是我们如何确定一个正确的方向呢？

又如何保证沿着这个方向走下去呢？

我们从战略营销的定义出发吧。

战略营销是指企业的长期发展方向，就是要求企业根据环境变化进行总体战略规划，以实现企业的目标与任务。

从这个定义我们可以看出战略营销是动态的，而不是一个一成不变的过程，将营销战略化，就是指在达到企业的目标和任务的过程中，不断的根据环境进行规划和调整，以确保营销的各方面跟上战略的发展的一个动态的过程。

只有这样才能在一定投入的基础上达到我们想要的结果。

战略营销关键是战略定位，营销费用的预算及分配都是为实现战略目标服务的。

你有什么样的战略，就应该有什么样的费用预算。

企业营销费用的分配，一定要考虑实现你的战略目标有什么难度、需要多长时间、用什么样的行动来实现等诸多问题。

战略定位清晰了，营销费用才能都用在刀刃上，也就达到了我们节省营销成本的目的。

战略营销模式，眼睛向内，挖潜增效，实现资源的最大化运营，是企业实现高效运营、低成本营销的最佳武器。

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>