

<<精准营销>>

图书基本信息

书名：<<精准营销>>

13位ISBN编号：9787506440752

10位ISBN编号：750644075X

出版时间：2007-1

出版时间：中国纺织出版社北京图书发行部

作者：曾志生

页数：220

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>

<<精准营销>>

内容概要

商场如战场，知己知彼，方能百战不殆。

传统的“跑马圈地”式的粗放型营销管理方式已经走到了尽头，“精耕细作”的精准营销才是企业营销管理发展的大趋势。

锁定目标客户，细分消费市场，节约广告成本，达成资源集优。

本书从目前流行的精准营销入手，分析了精准营销提出的意义和存在的价值，并对精准营销成功的案例做了详细、系统的阐述，对企业建立科学有效的营销模式具有现实指导意义。

传统“跑马圈地”式的粗放型营销方式已经走到尽头，“精耕细作”式的精准营销才是企业发展的大趋势。

新营销革命已经来临，企业必须寻找到一套适合自己的营销组合拳。

对企业而言，营销不难。

难的是营销得又精又准。

以前，企业的习惯做法是机关枪扫射，海陆空全覆盖。

要支付很高的成本；现在，应该改为“点射”，直接命中目标。

这，就是精准营销。

<<精准营销>>

书籍目录

第一章 大众营销式微，分众营销当道新营销时代是精准营销的时代成本限制，必须改“机关枪扫射”为“点射”80/20法则决定了必须又精又准建立完善的促销策略营销认识的误区第二章 走近精准营销最流行的营销手段精准营销在中国是个新概念精准营销的两大类型精准营销的三大基本要素精准营销的两大优势第三章 精准营销是企业发展的“终极武器”利用顾客反馈，奠定精准营销基础锁定目标顾客，避免无效竞争细分市场，瞄准客户分析产品特点，梳理出特色优势所在建立企业的数据库获取顾客忠诚度，企业成长的最佳捷径第四章 精准营销是技术，更是艺术选择正确的方向和方式，培养市场区隔意识精心组合产品及服务，巧妙运用推广战术“光看不买”还不行，必须实现有效购买听听顾客的反应，满足顾客需求个性化研究顾客生命周期实现差异化价格策略第五章 精准营销的细节技巧天天都可应用的成功检查清单DM材料的放置如何撰写一个好的广告文案一个直邮信封里应该有多少纸张广告的作用、目标及效果衡量如何利用E-mail效果最好成功营销之道如何写一封成功推销产品信

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>