第一图书网, tushu007.com

<<现代老龄市场营销指导全书>>

图书基本信息

书名：<<现代老龄市场营销指导全书>>

13位ISBN编号：9787507534061

10位ISBN编号：7507534065

出版时间：2011-10

出版时间：华文出版社

作者：迪克·斯特罗德

页数：344

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

《现代老龄市场营销指导全书》是一部描写老龄市场营销和品牌管理的专著。
作者迪克·斯特罗德是英国商界的风云人物，也是一名专门从事市场营销战略咨询的资深人士。
在《现代老龄市场营销指导全书》中，他提出了“无年龄差异”的市场营销与品牌管理策略，预言了未来市场营销与品牌管理的趋势。
他的见解深刻，观点独树一帜，使读者们看到潜藏在“银发”市场中的无限商机。

作者简介

迪克·斯特罗德(Dick Stroud)是20plus30咨询公司的总经理。
该公司专门致力于为其他公司提供人口“老龄化”带来的商机及营销策略方面的咨询。
他是英国利用互动沟通渠道与“银发”一族进行交流方面的专家，是这一领域的先行者。

书籍目录

第一章 营销人如何看待“银发”市场
这算个问题吗
购买新品牌的意愿是否随着年龄的增长而递减
老年人对广告的反应不如年轻人积极
吸引老年人就意味着冷落年轻人
市场营销战略如何应对老年消费者的影响力
老龄人口在市场营销中的价值究竟何在
访谈得出的主要结论
受访者名单
第二章 未来市场是老年人的市场
市场营销
“银发”一族，悄然而至
图表漂亮，那又怎样（第一部分）
向“钱”看
图表漂亮，那又怎样（第二部分）
养老金支付影响消费性支出
“镀金一代”
图表漂亮，那又怎样（第三部分）
“破产一代”
营销人的保证书
给营销人的启示
小结
第三章 误解与营销短神症
长期以来最受青睐的五大观点
长期以来的热门观点
其他观点
这些真的只是营销人的误解或营销短视症吗
你对年龄的无歧视程度
得分解析
对营销人的启示
小结
第四章 环球掠影
年轻的世界和“老龄化”的世界
给营销人的启示
小结
第五章 老年人究竟有何不同
健康状况
品牌理论
品牌调查
技术
喜欢改变
渴望体验新事物
财务状况
“无年龄差异”的消费者
……

第六章 市场细分中的怪异世界
第七章 “ 地域人口统计细分系统 ” 的价值
第八章 规则已经改变
第九章 从理论到实践
第十章 关于互动沟通渠道的误解、事实以及亟待解决的问题
第十一章 针对 “ 银发 ” 一族的互动渠道
第十二章 与 “ 银发 ” 一族沟通
第十三章 广告创意
第十四章 展望未来
第十五章 让营销 “ 无年龄差异 ”
第十六章 剖析亚太市场

章节摘录

构的变化情况，公司的人力资源、产品开发、研发、客户服务、营销与销售等各个部门会有哪些具体的应对措施？
市场中消费者年龄、收入等统计数据的变化对公司的品牌价值产生了怎样的影响？
人口结构的变化带来的主要风险有哪些？
怎样才能最大限度地降低这些风险？
面对这些问题，大多数经理人会给出一个冠冕堂皇的回答，如“无论客户年龄多大，我们保证我们的战略营销计划会满足所有客户的需求”，几乎没人能给出具体翔实的回答。
尽管如此，这些问题都不无道理，资深经理人应该基于对事实的理解自信地做出回答。
紧接着需要回答的问题参见表9.1，这些都应该是公司董事会能够回答的问题。
面向不同的市场，销售不同品牌产品的公司应该能够就其主要产品和市场作出回答。
对于经理人是否应该参与这些细节的制定是有争议的，但在大多数情况下这样做都不会有错。
这些都不是一般的问题，而是一个公司市场营销策略的核心部分。
对于那些已经能自信地回答这些问题的公司，我要表示衷心的祝贺。
毫无疑问，你们是市场营销中为数不多的佼佼者。
如果这些问题让你怀疑自己的能力，请记住，事实上不仅是你们公司存在这个问题。
以下的方案可以为你提供一些解决的办法。
……

媒体关注与评论

我们通过人的行为来细分世界。
除此之外，只有年龄才会让我们相信：我们还可以通过它来细分市场。
未来的市场营销会建立在不偏不倚、理性明智、包容性很强的策略之上。
本书勇于创新、值得细读。
请按照本书推荐的方法去做吧！
——西蒙·汤普逊（Simon Thompson），本田汽车公司（英国）市场部经理　　本书是所有年龄段营销主管们的必备读物。
——休·伯基特（Hugh Burkitt），市场营销协会执行会长　　在这本书中，迪克·斯特罗德的观点令人信服。
他把营销人从传统的舒适地带引入了一个全新的、他们不得不去探索的领域——包括“银发”一族在内的全新的市场营销策划模式。
——福布斯网站（Forbes.com）　　本书唤醒了锐意进取的营销人。
对于每一个想要了解“银发”市场的人来说，这本书都是不可或缺的。
——理查德·尼德，英国Innocent饮料公司创始人兼市场营销总监

编辑推荐

首部关于营销人如何开拓老龄消费市场，最为详尽、最为全面的营销指南，中国两亿的老年人只要每年拿出他们养老金的10%用于消费，就是一个3000亿元以上的大市场，国外多位市场营销总监力荐的营销读本。

中国经济的下一个目标在哪里，全世界即将全面展开的市场抢夺大战。

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