第一图书网, tushu007.com

<<深度>>

图书基本信息

书名：<<深度>>

13位ISBN编号：9787509619476

10位ISBN编号：7509619475

出版时间：2012-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良

页数：268

字数：270000

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

内容概要

《深度——解决方案式营销（第2版）》首先从宏观的角度分析了市场和行业的机会与企业产品的切入点；其次从方法论的角度来对行业深度分析并运用案例来论证方法的实际作用；再次通过行业研究的流程来说明行业解决方案式营销的过程和工具运用；最后从微观的角度来探讨解决方案式营销的深度职业特性、任职资格和职业发展问题。
其章节之间通过从行业和市场的战略分析到企业的营销和顾问式销售战术再到“深度营销人”的职业规划和“项目运作、项目管理”，作者丁兴良思路清晰并能够深入、透彻地了解作为他的“客户”——读者的需求！

第一图书网, tushu007.com

作者简介

丁兴良，中国工业品实战营销创始人，国内大客户营销培训第一人，卡位战略营销理论的开创者，工业品营销研究院首席顾问，中欧国际工商管理学院EMBA。

曾在世界500强企业全球婴儿护肤品排名第一的Johon&Johon任销售经理；曾是国内水泵行业排名第一的凯泉泵业集团的资深销售经理、全球自动化阀门控制行业排名第一的英维思集团阀门控制事业部的副总经理。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”，并被《财智》杂志评为“杰出培训师”：2006年被评为“中国企业十大企业培训师”；2007年被第三届中国管理大会授予“杰出管理专家奖’；2008年被选为中国市场学会常务理事；2009年荣获全球华人讲师营销类十强。
他根据自己17年的营销实战经历、13年的工业品营销经验和8年的专注工业品营销项目体验，总结出一套实用的咨询与培训体系，受到工业品营销培训学员的一致好评。

书籍目录

第一部分 发展战略篇：行业分析与市场研究
案例：中国电信的“信息化之梦”
第一章 行业研究的核心思想
IMSC引语：掌握行业发展的趋势是企业赚钱的关键
一、企业信息化发展的必由之路
二、企业信息化发展的四个阶段
三、影响企业信息化的因素
四、企业信息化发展的潜力
五、未来几年我国信息化发展前景展望
第二章 行业研究的两大关键要素
IMSC引语：行业发展的不同阶段应与产品战略相结合
一、行业的成长周期
二、行业产品的成长周期
三、判断行业生命周期的方法
四、基于行业生命周期的企业行为分析
五、企业在不同阶段的战略目标
第三章 行业研究的三个步骤
IMSC引语：协助上海电信建立行业分析的模型
一、行业研究
二、细分行业及经典企业研究
三、专项研究
第二部分 行业策划篇：营销策划的八大步骤
第四章 行业分析与调研
IMSC引语：IT咨询业国内发展的意义与途径
一、行业分析
二、行业市场调研与机会分析
第五章 行业营销的竞争状态分析
IMSC引语：上海电信进入IT信息化的SWOT案例分析
一、竞争对手分析
二、行业竞争的SWOT分析
三、建立竞争优势
第六章 基于行业需求的市场细分
IMSC引语：中国电信对银行的行业分析
一、行业需求是企业切入的关键
二、银行业的细分与需求
三、市场细分与需求
第七章 目标市场选择和定位策略
IMSC引语：政府信息化的前10大解决方案供应商
一、市场细分
二、目标市场的选择
三、市场定位
第八章 针对行业营销的组织结构
IMSC引语：解决方案销售流程图
一、核心流程与组织结构
二、组织结构设计的五大原则

三、组织结构设计的四项任务
四、组织结构设计与项目流程
五、需要避免的问题
第九章 行业经理的绩效与薪酬
IMSC引语：行业经理的考核标准
一、企业的绩效管理（BPM循环）
二、行业解决方案型营销的绩效与薪酬
三、行业解决方案型营销的项目团队组织绩效
四、销售团队整体奖励的内部分配方式
五、设立考核的指标与权重比
六、根据绩效来设定薪酬制度
第十章 针对行业营销活动的四种方式
IMSC引语：向高层销售的七个秘诀
一、第一种方式：人员推销
二、第二种方式：销售促进
三、第三种方式：公关
四、第四种方式：广告
第十一章 营销成本控制
IMSC引语：IT咨询公司投资赢利分析
一、组建、完善上海电信IT咨询公司组织结构
二、上海电信IT咨询公司未来投资盈利预期说明
第三部分 项目管理篇：解决方案型销售与管理
第十二章 解决方案型销售与管理
IMSC引语：解决方案型销售的四个系统
一、解决方案型销售与管理是一种管理理念
二、解决方案型销售与管理系统有四个相互联系的组成要素
第十三章 四个核心组成要素
IMSC引语：客户内部采购流程促进项目型销售
一、客户内部采购流程
二、项目型销售推进流程
三、衡量阶段成功的标志：里程碑
四、有力的材料分析：辅助工具
第十四章 解决方案型销售与管理的独特卖点
IMSC引语：控制过程比控制结果更重要
第十五章 解决方案型销售推进的八大流程
IMSC引语：营销的最高境界是标准化
一、客户规划与电话邀约
二、客户拜访与初步调研
三、提交初步方案
四、方案演示与技术交流
五、需求分析与正式方案设计
六、项目评估
七、商务谈判
八、签约成交
第十六章 解决方案型销售与管理的四大运用
IMCC引语：说到、做到、见到是管理工具的核心
一、解决方案型销售与管理系统的特点

二、对单个项目进度的把握
三、对企业整体销售的把握
四、对企业销售异常的把握
五、企业销售预测
第四部分 销售技能篇：打造职业化的行业经理
第十七章 行业经理的作用与定位
IMSC引语：行业经理的能力模式
一、行业销售经理的四大职责
二、行业经理应当具备的能力
三、行业经理的“十戒”
第十八章 打造行业经理成为顾问
IMSC引语：“全球眼”解决银行问题案例分析行业顾问
一、顾问对问题最感兴趣
二、顾问最核心的价值就是“洗脑”
三、顾问式销售的四个步骤
第十九章 九字诀
IMSC引语：开发客户对CRM系统需求的案例体现九字诀
一、九字诀：找对人，说对话，做对事
二、了解客户需求
第二十章 卓越的简报技巧
IMSC引语：演示的八大手法
一、分析演示的目的及听众的需求
二、设计演示的内容及顺序
三、运用八种演示手法
四、授课时使用成人型教学法
五、以听众为中心，而非以信息为中心
六、演示的后续跟进
跋一
跋二
跋三
跋四
跋五
跋六
跋七

章节摘录

（2）管理信息化。
银行扬弃过去那种按职能进行分工并设立主管部门来进行组合经营的管理模式，而借助现代信息技术，从根本上重新思考并设计业务流程，变传统的“银行中心”为“客户至上”，从而推动银行在组织结构、分工格局、产品设计、激励机制、权力配置等方面产生。
这就是“银行再造”的实质。
（3）服务差异化。
以前，我们到银行营业厅办理业务，要在一米线以外排队，还要仔细观察一下哪个队的人少一些以便节约时间。
现在，顾客只要根据自己的业务类型从自动排队机获得一张排号单，银行的排队管理系统就会将顾客分配到最适合的窗口办理业务。
我们要做的就是坐在营业厅准备好的沙发上静静等待，甚至可以利用时间差做点自己的事情。
小小的排队管理系统，使银行的服务更加贴近客户。
树立以客户需求为中心的经营理念，在任何时间、任何地点，以任何方式为客户提供全功能、个性化、全天候的金融服务已成为金融行业信息化的必然趋势。
在依靠信息技术提供全天候服务方面，银行卡服务是典型的例子。
在现代市场经济条件下，商品交易的规模、金额和频率不断加大，仅用现金和支票等传统支付方式已经不能适应现代商品交易快速发展的要求。
为适应客户对新的支付手段的需求，西方发达国家的银行在20世纪60年代推出电子银行卡，并成为一种普遍的支付方式。
从1985年中国银行发行我国第一张银行卡——长城卡开始，我国的银行卡业务发展迅速。
截至2005年3月，我国的银行卡发行已经超过8亿张，达到8.2 7亿张。
据VISA国际组织对中国信用卡市场的调查分析，中国目前信用卡潜在目标人群为3000万-6000万人，预计2010年中国中等收入人群可能超过两亿人；而据高盛的预测，2006年中国信用卡的信贷余额可高达800亿元，仅利息收入一项就可能超过140亿元，信用卡存在巨大的市场空间。
……

媒体关注与评论

IMSC有专业的培训团队，讲师经验丰富，授课思路清晰、严谨，富有引导性，是我们可以信赖的专业培训机构。
丁兴良讲师运用了大量生动的实例让学员们更好地理解了课程的宗旨，让该课程更加生动和具有针对性。
——SKF中国有限公司行业经理 蒋丹　　丁老师的课程非常生动，他能用通俗易懂的语言和形象的案例使学员掌握原本枯燥的内容；整个课程中我们可以感觉到他有丰富的经验，我们可以从课程中实实在在学到东西。
——杭州新中大软件市场营销中心总经理 包江山　　IMSC的培训在近年来有很好的发展，为我们提供了更多领域的新课程，而且他们始终把讲师水平和课程质量放在第一位，是值得我们信赖的。
——加拿大派特系统（中国总部） 胡楷东　　丁老师的培训生动、实用，贴近公司运作实际，对提升企业绩效起到了重要的作用。
他能让课程更加生动、易懂，互动性更强。
——科远自动化总经理 肖长青　　满足客户需求是IMSC的服务宗旨，满足和不断超越用户需求是企业的服务宗旨，IMSC就是这个有效的桥梁。
这就在真正意义上达到了他们工业品营销中心的目标：挖掘行业深度，引导产业方向，改善企业营销力，提升企业竞争力。
——中国电信股份公司上海研究院信息集成部主任 谢青宇

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