

<<优质企划案撰写实作入门手册>>

图书基本信息

书名：<<优质企划案撰写实作入门手册>>

13位ISBN编号：9787561522202

10位ISBN编号：7561522207

出版时间：2004-1

出版时间：厦门大学出版社

作者：陈梅口

页数：365

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>

## <<优质企划案撰写实务入门手册>>

### 内容概要

以企划案撰写要点为线索，介绍企划案撰写实务，包括行销策略、产品策略、行销环境分析、竞争环境策略分析、消费者行为分析、市场区隔分析、价格策略、通路策略分析等内容。

将本书的章节分成几部分，即可完成专属自己组织或企业的企划案： Step1——第一章是骨架的工作，先行思考整个企划的流向，及所有的组成资料及统合。

Step2——公司的背景、沿革及领导人的愿景，公司产品的特色及卖点。

Step3——外部环境，包括总体环境、产业分析及竞争者SWOT。

Step4——分析你的消费者，知道他们的需求、兴趣、动机、区隔市场、定位产品。

Step5——价格及通路。

Step6——促销组合及行销沟通。

Step7——行销预算和控制。

## <<优质企划案撰写实作入门手册>>

### 书籍目录

第一章 如何发展企划案 第一节 企业的目标体系 第二节 企划案大纲 第三节 企划案撰写流程 第四节 行销企划之准备步骤第二章 行销策略 第一节 行销策略计划 第二节 公司背景 第三节 设计事业组合 第四节 拟订成长策略 第五节 市场机会/需求 第六节 市场需求实作 案例研究第三章 产品策略 第一节 产品目标 第二节 产品策略 第三节 产品上别决策 第四节 品牌决定 第五节 命名决策 第六节 标示与包装 案例研究第四章 行销环境 第一节 产业环境 第二节 总体环境 案例研究第五章 竞争环境策略分析 第一节 竞争策略目标 第二节 一般的竞争策略 第三节 分析竞争者 第四节 新类竞争法——价值条链 案例研究第六章 消费者行为 第一节 外部影响因素 第二节 个人因素 第三节 心理因素 案例研究第七章 市场区隔/定位 第一节 市场区隔 第二节 目标市场 第三节 市场定位 案例研究第八章 价格策略 第一节 设计定价 第二节 订定价格因素 第三节 影响定价之内外部环境 第四节 常用定价策略 第五节 新产品定价策略 第六节 价格调整策略 案例研究第九章 通路概论第十章 设计促销组合第十一章 企划预算与控制策略附录1 美语补习班问卷企划案附录2 以利亚股份有限公司行销/营业部教育训练企划案参考书目

章节摘录

以有效的区隔，找出合适公司产品的目标市场，并提供给顾客亲密的服务。这些服务都是细心、贴心的，符合市场及客户需要。

公司所做的一切完全在于建立顾客长期的忠诚度，且掌握顾客的终生价值。

想要有亲密客户，必须建立“资料库”，在资料库记载有关顾客的详细资料。

最近有些中上阶层的客户群购物时间相当有限，若有良好的百货公司或公司，能在需要时刻提供协助，必能有好业绩。

在B2B的市场上，更是需要建立紧密的关系，因为客户数较少，但每个顾客都掌控大量业绩，不能不注意及小心翼翼。

这种策略便相当合适。

台湾著名的亚都饭店，在其硬件设备上并没有其他大饭店来得出色，但是其软件服务却是有口皆碑，因为其负责人--严长寿先生是亲密客户的推崇者。

亚都的长期客户过生日之际，便会有免费蛋糕，只要接触过寿星的接待生，都会向你说声“生日快乐”；当你订下长期住房时，你也会收到印上你名字的信纸、信封及文具，令人感到相当温馨。

如果你只是前往亚都订席吃杭州菜大餐，他们在上“叫化鸡”（现在改称皇帝鸡）时，会为主人照下一张威风凛凛的“立可拍”，让你留下一个深刻印象。

亚都是亲密客户模范之一。

亚马逊书店又是另一例子。

当你把个人资料留在它的资料库时，它便会定期将你所喜欢类别的书籍E-mail介绍给你。

而且只要你上网浏览，他们便会主动向你问候，相当暖心。

虽然E-mail是较为冰冷的，但是亚马逊书店已尽力将与客户之间之距离缩短。

.....

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>