第一图书网, tushu007.com

<<营销的真理>>

图书基本信息

书名：<<营销的真理>>

13位ISBN编号：9787563912445

10位ISBN编号：7563912444

出版时间：2003-9

出版时间：北京工业大学出版社

作者：陆强华

页数：386

字数：450000

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

本书的作者告诉我们：在策略的层面，我们必须不断地改变以迎合市场；然而在本质层面上，我们必须牢牢抓住一些不变的、真理性的东西，而且是不偏不倚地抓住，千万记住真理往前哪怕迈一小步也可能变成谬误，真理的合理存在是有条件的。
作者也毫不讳言地指出：写作本书的目的就在于让读者抓住营销的本质，牢记营销的真理，才不会被飞速的变化吓倒，不会被纷繁复杂的表象所迷惑。
只有这样，才能准确把握市场的导向，读懂顾客的心，才能在激烈的竞争中创造成功的营销，成就胸怀大志者的鸿鹄之志。

<<营销的真理>>

书籍目录

市场定位的真理 真理1 准确的市场定位可以带来竞争优势真理2 定位就是创造差异真理3 定位的起点：市场细分真理4 将市场细分进行到底真理5 细分市场不是全能的上帝真理6 选择目标市场真理7 市场调研很重要真理8 市场定位需要坚持一些原则真理9 大胆地推出你们的卖点顾客忠诚的真理 真理10 营销就是要以人为本真理11 一定要让顾客满意真理12 全方位地取悦顾客真理13 仅仅满意是不够的真理14 投诉的顾客是你的朋友真理15 为顾客做出必要的牺牲真理16 成就你所能成就的一切真理17 留住回头客真理18 及时处理顾客市场危机真理19 获取顾客忠诚的钥匙产品的真理 真理20 产品是一个集合真理21 构建好产品组合真理22 让产品质量变得更好真理23 为什么新产品这么重要真理24 迎接唯美时代定价的真理 真理25 贵的不一定就是好的真理26 高价的诱惑真理27 定价要以市场为导向真理28 成本永远是不可突破的底线真理29 要通过价格选择客户真理30 定价要讲究技巧销售通路的真理 真理31 没有销售通路,再好的产品也卖不出去真理32 牢牢控制住销售通路真理33 选好经销商很重要真理34 你需要多大的销售队伍真理35 实施网络通路战略销售推进的真理 服务领先的真理 品牌致胜的真理 网络营销的真理 营销策略的真理

章节摘录

插图：产品升级换代必然带来产品价格的调整，也可以反过来说，产品想要调整价格，最直接有效的办法就是产品升级换代。
新产品层出不穷，一方面是考虑到消费者的心理需求；另一方面则是为产品带来了提价的空间。
产品的升级提价，往往出自企业的战略布局考虑。
如康师傅方便面近期上调了部分单品价格，14个单品调整价格，上调幅度约10%。
面对消费者的质疑，康师傅解释不是涨价，是产品升级后的正常价格调整。
康师傅将袋装方便面分为精典和珍品两个系列。
前者零售价2元／袋，面块由方形改成圆形，重量由85克增至90克，菜包分量也增加了。
紧接其后，统一也提出10%涨幅。
可以看出，各大方便面巨头提出的产品升级，并不是产品本身有什么技术性的更新换代，就食品领域而言只是附加层面上的升级，例如方便面的面块增大，调料有所改变。
这一系列的升级更多只是商家为品牌营销提出的借口，为自身产品价格提升提供消费者可以接受的理由。
站在产品本身的角度，方便面中升级部分的产品成本远远不会有那样高.整体而言当前方便面成本还有下滑趋势。
当前的国内方便面市场以康师傅、统一、今麦郎以及白象占据主要份额，而且各大品牌产品线相当丰富，市场细分也比较明确。
有专门针对农村的、也对针对城市的，而且口味又很注重差异化，市场竞争异常激烈，企业的涨衰很有可能在于一线之间，因此企业自身的犯错状况也成为影响发展的重要因素。
统一的提价，或许可以更好提高产品的品质形象，借助产品升级的优势重新占据新的市场份额，划分方便面市场新的版图。
伴随着康师傅和统一的提价，新一轮提价的浪潮很有可能席卷而来。
这一过程中必将让弱小的方便面企业面临新的竞争压力。
而那些拥有较大市场份额，具有自由议价权的巨头企业必将趁机攻城略地，进一步压缩弱小企业的市场空间。
从而引发方便面行业的重新洗牌。
产品的战略升级，要考虑到品类空间溢价能力、产品溢价能力、传播上的溢价沟通。
在消费者的大脑中，有一个神奇的阶梯，会把日常所接触的品牌很自然地进行区分，哪个是第一阶梯的，哪一个是第二阶梯的，这就是消费者的心智。
广告促销等所有的手段都是为了在消费者的心智中占据有利位置。
如果品牌在消费者大脑中处于某个阶梯定位，不能高于这个阶梯的话，那么价格升级将面临大幅的销量下滑风险。

媒体关注与评论

书评一个真正从事营销活动的人是一个实践家而非幻想家。
许多人有想法，但没有几个人能立刻将其想法变为切实的行动。
那是因为绝大多数的人没有真正地理解和认识营销，也因为他们对真正从事营销活动有一种恐慌——这本书可以令你改变这一切。
营销是充满了欢乐和痛苦的集合体，但正是这种多姿多彩诱惑着世界上许许多多的人为之”献身”。

<<营销的真理>>

编辑推荐

《营销的真理(全新修订大全集)(超值金版)》：成功的理由在于我们不仅需要技巧，更需要对真理的了解和追求，营销也是如此！
产品营销不可不知的真理——产品营销最重要的到底是什么？
我们能够给出的答案太多了：市场、战略、品牌、创新、责任、时机、利润、定位、模式、策划、速度、渠道、情报、客户、沟通、服务、质量、经验、细节、行动……营销是一种实践，其本质不在于销售而在于经营，其验证不在于规模而在于利润，营销唯一的权威就是赢利。
赢利无疑就是企业营销的真谛！
《营销的真理(全新修订大全集)(超值金版)》几乎涉及产品营销的所有层面：产品定位、命名、定价，产品设计、产品包装、产品分销、推广、促销，以及广告诉求、整合营销活动等。
结合最新案例分析，分析、归纳、总结、列举了近100种实用产品营销“真理”。
有助于企业的管理和营销人员、营销咨询服务行业和广告行业从业人士以及其他营销职业者营销思维的激发，使其更好地把握实战方法。
卖场营销不可不知的真理——据普华永道针对中国零售行业的《中国零售企业资金资源链风险研究》报告指出，从2008年下半年起，中国零售行业“增速放缓”导致的资金来源紧张，加剧了卖场与供应商之间在资金周转上的矛盾，零售业的赢利能力面临很大挑战。
《营销的真理(全新修订大全集)(超值金版)》从卖场赢利模式、经营管理、行销推广、卖场布置、商品陈列以及促销、服务等层面。
结合最新案例，进行了深入的剖析。

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