

<<私营公司的24堂细节营销课>>

图书基本信息

书名：<<私营公司的24堂细节营销课>>

13位ISBN编号：9787563926404

10位ISBN编号：7563926402

出版时间：2011-3

出版时间：北京工业大学出版社

作者：丁修山

页数：258

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>

<<私营公司的24堂细节营销课>>

内容概要

《私营公司的24堂细节营销课》针对私营公司的特点和所面临的市场环境，从研发、生产和销售出发，分24个章节阐述了市场营销战略执行过程中要注意的细书问题。相信《私营公司的24堂细节营销课》能够为在市场竞争中处于劣势，陷入迷茫的企业指点迷津，帮助私营公司突破瓶颈，取得进一步的发展。

<<私营公司的24堂细节营销课>>

书籍目录

第一课 产品质量细节：没有质量就没有市场1.不让一件不合格产品进入市场2.细节决定质量第二课 产品形象细节：第一眼就吸引顾客眼球1.名字是产品的外衣2.巧用?性包装，吸引顾客眼球3.通过色彩传递品牌的个性第三课 市场定位细节：在“细节消费”中分一杯羹1.精确寻找目标客户2.市场细分，以顾客为主题3.追逐长尾理论4.换种思维给产品定位5.制定适合企业发展的市场营销战略：第四课 营销创新细节：有思路才有销路1.打动90后的营销之道：“酷”营销2.感动新营销：解开消费者的“心灵密码”3.红色罐装王老吉的营销模式4.移动营销创造贴身营销空间5.赋予产品独特的个性第五课 营销价格细节：定价是一门学问1.撕下廉价的标签，提价也能促进销售2.浮动价格，先高后低3.如何让顾客觉得产品物美价廉4.打击竞争者，要把握好降价的度5.在市场细分的基础上实施细分定价6.价格定位，该高还得高第六课 广告策划细节：让宣传真正广而告之1.做广告是为了销售，不是为了“烧钱”2.广告不煽情有谁看3.制造轰动效应，吸引顾客的眼球4.在“重大事件”上做文章5.精确选择电视广告的时间和频道第七课 促销细节：小代价换取大利润1.买一赠一，吃定贪心的顾客2.优惠卡，拴住顾客的“绳索”3.销售前，先让顾客感受产品4.进行联合促销5.与互补产品捆绑促销6.新奇的促销活动才能聚敛人气第八课 渠道建设细节：得渠道者得天下第九课 经销商管理细节：提高经营商的积极性第十课 服务细节：打动顾客的都是小事第十一课 成交细节：一分钟读懂顾客心理第十二课 营销队伍组建细节：选对兵才能做对事第十三课 营销培训细节：打造销售高手第十四课 营销团队激励细节：点燃销售人员内心的热情第十五课 网络营销细节：运用技巧提升企业形象第十六课 电话营销细节：用最短的时间征服客户第十七课 展会营销细节：聚焦人气以挖掘潜在客户第十八课 客户沟通细节：搭建信任的桥梁第十九课 客户资源管理细节：巩固老关系，拓展新关系第二十课 营销谈判细节：占据有利位置，争取复位最大化第二十一课 口碑营销细节：在公众心中塑造企业的正面形象第二十二课 售后服务细节：每个细微之处都为顾客着想第二十三课 营销误区细节：小心、陷阱！第二十四课 危机营销细节：减少损失，恢复信誉

<<私营公司的24堂细节营销课>>

编辑推荐

在这个营销至上的年代，营销的成败关系到企业的成败，企业发展的命脉。

掌控了营销细节，就掌控了企

<<私营公司的24堂细节营销课>>

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>