

<<印刷营销管理>>

图书基本信息

书名：<<印刷营销管理>>

13位ISBN编号：9787800006517

10位ISBN编号：7800006514

出版时间：2007-6

出版时间：印刷工业出版社

作者：Lyman Henderson

页数：226

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>

## <<印刷营销管理>>

### 内容概要

“雅昌企业管理与内训丛书”在印刷工业出版社各位同仁的努力下出版了，能为中国印刷行业的同道们做些力所能及的事，是我从事印刷工作二十几年来的心愿。

无论是在国营印刷单位还是合资公司，以及在自己创办的企业，我一直在关注决定这个行业以及行业中各个企业发展的关键因素的变化。

从经验主导到设备主导再到技术主导，当前的印刷发展趋势已进化到以管理为主导因素的阶段，这在世界先进国家印刷行业的演进过程中已得到充分展现。

无论是美国还是日本，成功的印刷企业无一例外地经历了这样的过程。

他山之石可以攻玉，中国印刷企业的进步得益于国家的改革开放政策，使我们在设备、工艺和技术上快速缩短了与国外先进企业的差距。

雅昌在这十几年来，在先进设备和技术的引进工作上一直瞄准最高标准，力求达到世界级水平。

同时，在经营的实践中，我们越来越感到管理对于经营的重要性。

近几年来，我们从美国、日本等国家有选择地引入了一些印刷企业管理理论书籍和培训资料，作为雅昌企业管理干部和员工的培训素材。

和技术、设备相比，管理的引进难度更大，而要充分发挥所引进的技术和设备的优势就必须有相应的管理体系。

## &lt;&lt;印刷营销管理&gt;&gt;

## 作者简介

作者：(美)肯德索恩莱曼·亨德森(Lyman}tenderson)结束大学的艺术课程仅仅8天，就参加了加拿大皇家炮兵，投入了第二次世界大战。

1946年退役后，他加入了家族的通用商业印刷公司——戴维斯&亨德森有限公司，简称D+H公司，该公司是1875年在多伦多成立的。

1959年，亨德森接替他父亲的职位，成为公司的总裁。

公司雇有大约60名员工，承印种类繁多的印刷品。

在接下来的15年里，公司的生产线和目标市场逐渐集中在两个专业领域：银行业客户使用的支票，以及零售商店和超市使用的机器扫描识读的标签，销售额和利润大幅度增长。

现在D+H公司在加拿大有6家工厂，雇用了900名员工。

1974年，比尔·威廉斯(BillWilliams)接替总裁职位，亨德森成为董事会主席。

现在亨德森已经退休，但还担任名誉主席。

亨德森是非常活跃的社区志愿者，还担任着几个社会组织的主席，如加拿大癌症协会主席、国家芭蕾舞团主席、加拿大印刷工业协会主席以及友好邻居俱乐部(一个为老人、失业人员和无家可归人员提供的日间活动中心)的主席。

他认为他的家庭(妻子、四个孩子、五个孙子)，他的精神生活，他的社区工作以及他的商业经验，是他整个生命中重要的组成部分。

自从退休以后，亨德森成为印刷知识的宝库——成为作家、顾问和研讨会的领导者。

他是加拿大两种印刷杂志的专栏作家，他为美国和加拿大的印刷行业撰写了6本管理学方面的教材。

15年来，他一直担任NAPI·销售与营销ECP课程的教授，每年在西北大学讲课。

2003年，他成为NAPL教育领袖奖的首位获奖者。

他还在多伦多赖尔森理工大学给印刷学员讲授市场营销课程；该大学授予他终身教授头衔，以表彰他对印刷行业做出的贡献。

由于他对社区的贡献，他成为加拿大秩序协会的会员。

<<印刷营销管理>>

书籍目录

- 第1章 印刷行业正在发生什么变化？  
第2章 市场营销是什么？  
第3章 客户导向第4章 营销阶梯介绍第5章 为什么需要营销？  
第6章 竞争取胜第7章 商业伦理第8章 促销第9章 增长第10章 利润第11章 营销阶梯第1级——  
一般商业印刷企业第12章 营销阶梯第2级——产品专业化第13章 营销阶梯第3级——目标市场营销  
第14章 营销阶梯第4级——顾问关系第15章 营销阶梯第5级——价值莲伙伴第16章 环境分析：发  
现“这里”的情况第17章 你的目标是什么？  
第18章 营销组织第19章 为新千年作准备第20章 从起点到目的地第21章 年度营销计划第22章  
预算参考文献作者简介

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>