第一图书网, tushu007.com

<<实战市场营销>>

图书基本信息

书名：<<实战市场营销>>

13位ISBN编号：9787800017926

10位ISBN编号：7800017923

出版时间：1996-10

出版时间：企业管理出版社

作者：付彦 雷丽华

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

市场营销就是做消费者的思想工作，营销人一天都不能离开市场，如果一个人把自己鼓噪得离市场越来越远，那么，他的任何理论都可能是纸上谈兵。
作者凭借自己深厚的营销理论和丰富的实战经验，对现今中国市场上各种营销观念和行为进行深入的剖析，旗帜鲜明地提出了自己的观点，并提供了众多实战案例，让您在实战中得到充实和发展！

<<实战市场营销>>

书籍目录

目录
1什么是市场营销
它能做什么和不能做什么
市场营销能做什么
市场营销在公司里的地位
市场营销施行中的障碍
营销在各个领域中的应用
本书对你的意义
本书独有的营销检测表
2了解我们不能控制的
环境、市场 竞争者
环境
政治/法律
经济
社会/文化
技术
市场
竞争者
谁是你的竞争者
3了解客户和消费者
我们世界中最重要的人
客户
识别客户
逐个研究主要客户
组织（集团）购买行为
了解消费者
4获取市场营销信息
我们需要知道什么和怎样知道
获取信息的必要性和信息的功能
设计市场营销信息系统
信息的类型和来源
市场营销情报系统
市场研究
美国航空公司的一项市场研究活动
5运用市场营销工具
市场营销组合、市场细分和目标市场
市场营销组合
市场细分
定制营销
对细分市场该做些什么
市场定位策略
针对目标市场制定市场营销组合
6现有产品和新产品
我们应该向顾客提供什么
投资组织分析

波士顿矩阵及可供选择和投资策略
产品组合和产品线
对不同产品分配资源
市场份额的重要性
产品的改良、增加和减少
增加产品策略
缩减产品策略
品牌策略
新产品开发
产品生命周期理论
7定价
实现营销和利润目标
营销中的价格观
定价方法
营销渠道定价和产品线定价
定价的战略和策略
8与市场沟通
沟通什么？
与谁沟通？
如何沟通
信息传递组合
广告宣传：它能做和不能做什么？

广告决策
促销
直复营销
人员推销
公共关系
9产品分销
让产品在适当时间到达适当地方
营销中间商做些什么
中间商的选择和管理
处理与分销商的关系
处理与零售商的关系
电子技术及一些缩略词简介
10总结
战略和计划
战略
鉴别和评估你的战略
发展一个营销计划
制定市场营销计划的阶段
实施和控制
附录
附录A 市场营销概念的推陈出新
附录B D商城营销策划
附录C 早餐连销经营营销策划
附录D 营销效果等级评定表

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