第一图书网, tushu007.com

# <<派力营销思想库37-工业品营销实务（>>

## 图书基本信息

书名：<<派力营销思想库37-工业品营销实务（上下）>>

13位ISBN编号：9787801471093

10位ISBN编号：7801471091

出版时间：1998-10

出版时间：企业管理出版社

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

《工业品营销实务》简介
本书以关系营销的观念统帅全书，以竞争对手为参照物，以顾客服务为导向，全方位、多角度地对工业品营销的各个方面进行了充分的论述。
从工业品独有的特性及工业品的购买对象（商业企业，政府及事业机构）的购买决策过程的特点为出发点，对工业品的营销策略及其实施进行了全面阐述。
以严谨的体系、生动的案例使读者们轻松地了解工业品营销的理论全貌和操作实务。
相信本书一定能给我国工业品制造和经销行业的营销者们的实际工作及大专院校相关专业师生们的教学、研究及学习带来专业水准的帮助和指导。

## 书籍目录

目录
第一章 工业品营销概述
1.1工业品营销现状
1.2工业品产品与服务分类
1.3工业品购买者分类及特点
1.4工业品特点及其营销意义
第二章 组织类顾客购买行为分析与购买管理
2.1组织类顾客购买的过程
2.2组织类顾客购买管理
2.3企业与组织类顾客的关系
2.4组织类顾客购买的影响因素
第三章 工业品营销研究
3.1工业品营销信息系统
3.2工业品营销研究的特点
3.3工业品营销研究的步骤
第四章 工业品市场细分与市场定位策略
4.1工业品市场细分与市场定位概述
4.2工业品市场细分的依据
4.3工业品市场细分的方法
4.4如何评估细分市场
4.5市场定位
第五章 营销战略、营销策略与营销计划
5.1营销战略规划概述
5.2营销战略规划的内容与规划步骤
5.3营销策略规划的内容与规划步骤
5.4营销计划及其制定
第六章 产品开发、管理与策略
6.1概述
6.2产品开发过程与产品开发的组织机构
6.3产品生命周期分析
6.4产品组合与产品系列
6.5新产品成功失败的决定因素与采用一扩散过程
案例
第七章 产品定价策略
7.1影响产品定价的因素
7.2产品定价的方法
7.3产品定价与产品生命周期
7.4工业品营销定价策略中的价格调整政策
7.5工业品营销中的竞争投标
7.6工业品营销中的租赁业务
案例
第八章 产品分销管理与策略
8.1产品分销渠道类型及其成员
8.2渠道设计与管理
8.3产品物流管理与策略

8.4产品分销策略
案例
第九章 人员销售策略
9.1人员销售概述
9.2人员销售模式
9.3人员销售过程
9.4选择销售经理
9.5销售队伍建设
9.6销售人员的指导与激励
案例
第十章 促销与广告策略
10.1促销与广告策略概述
10.2促销与广告计划
10.3促销与广告预算
10.4确定与执行促销组合
10.5评估促销效果
案例
第十一章 全面顾客服务体系规划
11.1顾客及其分类
11.2顾客满意及其构成要素
11.3顾客服务及其构成
11.4顾客服务系统的功能及体系
11.5顾客服务体系规划的影响因素
11.6顾客服务体系的基础建设
11.7顾客服务体系规划方法——关键时刻法
11.8顾客服务体系规划程序总结
第十二章 营销控制与评估
12.1营销控制
12.2营销评估与改善
案例

第一图书网, tushu007.com
<<派力营销思想库37-工业品营销实务（>>

## 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