

<<中小企业市场与营销>>

图书基本信息

书名：<<中小企业市场与营销>>

13位ISBN编号：9787801471345

10位ISBN编号：7801471342

出版时间：1999-1

出版时间：企业管理出版社

作者：屈云波

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>

<<中小企业市场与营销>>

内容概要

内容简介

本书主要以市场营销为主线，论述中小企业市场营销管理的一系列内容，包括市场环境分析、调查与预测、营销企划、营销定位、营销组合等步骤，并特别提出中小企业最为关心的销售问题及人力资源管理问题。

本书是市场营销人员的最佳读物，也是关心中小企业市场营销的广大爱好者的参考读物。

<<中小企业市场与营销>>

书籍目录

目录

第1章 中小企业与营销

1.1 中小企业的作用

1.2 中小企业的核心问题

1.3 中小企业与市场营销管理

第2章 中小企业市场机会分析与调研

2.1 环境分析

2.2 营销机会分析

2.3 环境分析转化为市场机会分析

2.4 营销调研

2.5 市场调查与预测

第3章 中小企业营销企划

3.1 营销企划

3.2 营销企划部门设立与职能

3.3 企划案

3.4 营销企划策略

第4章 中小企业目标定位

4.1 营销定位

4.2 市场定位

4.3 产品定位

第5章 中小企业的产品策略

5.1 满意顾客与产品

5.2 产品管理

5.3 产品策略

5.4 产品策略评估依据

第6章 中小企业的价格策略

6.1 定价

6.2 价格顶点分析

6.3 价格策略的选择

6.4 提供信用与价格折扣

6.5 如何应付价格的涨落

第7章 中小企业的促销策略

7.1 促销沟通过程

7.2 促销费用

7.3 广告

7.4 营业推广

7.5 中小企业与公关

7.6 个人推销技巧

第8章 中小企业分销渠道与全球市场营销

8.1 分销体系的功能与角色

8.2 分销渠道体系的设计

8.3 经济全球化的挑战

8.4 全球营销渠道策略

第9章 销售管理管什么 必须认真的话题

9.1 销售预测与销售计划

<<中小企业市场与营销>>

9.2销售预算与配额

9.3销售通路的建立与疏导

9.4建立客户档案

9.5如何处理客户投诉

9.6营销业绩分析

第10章 经理 营销的引擎

10.1学会学习

10.2营销员素质培训

10.3拥有战略构想能力

10.4计划、组织、实施

10.5激励、沟通、协调

第11章 营销人员 营销的车轮

11.1营销员素质要求

11.2营销员活动设计

11.3销售竞赛

11.4业绩评估

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>