

<<金牌企业新实营销实战技法>>

图书基本信息

书名：<<金牌企业新实营销实战技法>>

13位ISBN编号：9787801933607

10位ISBN编号：7801933605

出版时间：2006-1

出版时间：中华工商联合出版社

作者：侯章良

页数：233

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>

## <<金牌企业新实营销实战技法>>

### 内容概要

大型企业资本筹措的能力强，能用巨大的销售额提高市场占有率，进而推动市场。

中小企业的经营资本少、力量弱，难以与大企业相抗衡。

但是中小企业可以利用自己的机动性、成本意识、担当风险的勇气和开拓精神，在大型企业的巨大压力下生存，在大企业的夹缝中发展。

“缝隙营销”是一种企业灵活运用的穿插策略，利用市场竞争的空隙“见缝插针”，乘“隙”而入，培养自己的产品优势和营销市场的营销策略。

对此，《缝隙营销》提出了独特的营销方法，并就各种不同状况下的企业给出了具体的实战策略。

## <<金牌企业新实营销实战技法>>

### 书籍目录

总序前言第一章 分析市场,知己知彼 第一节 区域市场与缝隙营销 一、区域市场 二、缝隙营销 三、缝隙营销战略 四、缝隙营销的现实性与可行性 第二节 市场细分与竞争分析 一、什么是市场细分 二、市场细分的指标 三、市场细分的原则 四、市场细分的方法 五、细分市场选择 六、竞争对手分析 案例:精确细分,“动感地带”赢得自己的地盘 第三节 从内部分析到顾客价值分析 一、行业分析 二、企业自身的运转状况分析 三、顾客价值分析 案例:心理营销,市场制胜第二章 周密规划,策略对路 第一节 资源分配与融合营销策划 第二节 营销活动的针对性与边际回报 第三节 从定性营销到定量营销第三章 转变手段,紧贴市场 第一节 从销售产品核心功能到销售边缘特性 第二节 从理性卖点到感性卖点的转变 第三节 从做产品到做市场沟通 第四节 从做销售到做市场第四章 加强监控,实现效益 第一节 如何有效执行营销计划 第二节 营销活动的财务监控第五章 防守战技法 第一节 防战基本策略 第二节 有价格类同竞争者的公司的营销技法 第三节 受到前堵后追挤入夹缝的公司的营销实战技法 第四节 均衡市场中受到发展压力的公司的营销实战技法 第五节 占据高端市场但现金难以为继的公司的营销实战技法第六章 进攻战技法 第一节 进攻战基本策略 第二节 随时准备发动攻势的贪婪公司的营销实战技法 第三节 以静制动抄别人后路的公司的营销实战技法 第四节 获少量优势后野心膨胀类型的公司的营销实战技法 第五节 从缝隙市场成长为进入大面积市场的实战技法 主要参考书目

## <<金牌企业新实营销实战技法>>

### 媒体关注与评论

书评企业是选择砖块和泥灰，还是选择砖块和点击？

- 网络营销不仅意味着企业采用一种企业全新的技术手段，它还是企业不得不选择的一种生存方式

无论有多少声音还在指责网络经济不过是一场泡沫，也无法阻挡网络时代的到来。

· 在网络这块广袤的空间里，全新的红营方式悄然滋长，网络技术的应用和迅速扩张，正悄无声息地挑战着传统的经营法则，任何一个敏锐的企业家都不可漠然视之。

网络营销必备的基础知识和实战技法：  
· 如何保持客户对网站邮件的点击； · 如何避免营销电子邮件成为垃圾邮件；  
· 文字链广告如何实现了交互沟通； · 投放关键词应注意哪些问题；  
· 如何使弹出式广告成为双赢的基点； · 如何在搜索结果排名中名列前茅；  
· 如何开展搜索引擎竞价排名。

.....

## <<金牌企业新实营销实战技法>>

### 编辑推荐

新实管理书系是以深圳市效益企业管理咨询公司和深圳市咨询行业协会为基础，以全国企业管理界著名专家为依托，由专家、学者、编辑共同打造的一个管理图书大系。

书系包括若干丛书，内容涵盖各行各业战略规则、人力资源、市场营销、资本运营、财务会计、仓管物流、品质技术、行政后勤、综合管理等相关领域。

运用模式：编委会出选题，专家、学者撰稿，专业编辑审读，联合创作。

致力于“新”：传播新理念，引进新工具，阐释新方法，尝试写作新技法，努力实现管理图书创作的新突破。

着眼于“实”：实际、实例、实用、实操。

即来源于企业实践；引用企业实例；对读者实用；可指导企业实际操作。

着重于“精”：立足长远，打造精品。

《网络营销》一书依据网络媒体的特点，及网络受众群体消费行为的特点，分别对电子邮件、文字链广告、网络图片广告、搜索引擎结果文字链、搜索引擎结果登录、搜索引擎竞价排名等网络宣传工具的使用技巧进行了系统阐述，并引用了大量的实用案例加以解析。

<<金牌企业新实营销实战技法>>

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>