

<<叶茂中的吃功夫>>

图书基本信息

书名：<<叶茂中的吃功夫>>

13位ISBN编号：9787111314851

10位ISBN编号：7111314859

出版时间：2010-9

出版时间：机械工业出版社

作者：叶茂中营销策划机构

页数：245

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>

<<叶茂中的吃功夫>>

前言

地球人都知道，世界已经碎片化就像每一天的日子，相对于一生，都是一块小小的碎片价值观多元化，导致生活形态碎片化消费心态多元化，导致消费取向碎片化饮食口味多元化，导致餐饮市场碎片化餐饮市场被割裂成无数小小的碎片每块碎片却比以往蕴藏了更大的“能量”这就是碎片市场的聚焦原理：更大的能量聚集在更小的体积上释放出来的就是数十倍、数百倍乃至数万倍的能量换言之在正确的时间和地点，选择正确且科学的策略就会创造“以小博大”的市场奇迹我们常说，在初级竞争的市场不要用高级的手段去竞争而餐饮市场的可爱之处，却刚好和正常的市场规律相反。

<<叶茂中的吃功夫>>

内容概要

这是一本关于餐饮营销策划的指导书。
中国当前有7万亿元规模的餐饮大市场，众多餐饮企业在这个市场中搏杀。
如何在竞争中胜出呢？

本书从营销策划的视角，介绍了餐饮企业如何选择适当的成长模式和品类，如何借助营销策划提升品牌的市场价值，并纪实性地展示了叶茂中营销策划机构运作全球华人餐饮连锁真功夫的策划全案。
本书特别适合从事餐饮侧理工作的人士阅读，另外也可供从事餐饮营销策划和咨询业务的人员参阅为他们提供具体而实用的业务工作指导。

<<叶茂中的吃功夫>>

作者简介

叶茂中营销策划机构，21年来为200多家企业进行整合营销传播策划和品牌设计创意拍摄1000多支广告片迅速提升企业品牌与销量。

叶茂中营销策划机构董事长叶茂中，资深营销策划人和品牌管理专家，清华大学特聘教授，南京理工大学工商管理硕士（MBA）研究生导师，中央电视台广告策略顾问。

<<叶茂中的吃功夫>>

书籍目录

- 前言
- 第1章 7万亿元的中国餐饮市场
 - 1.1 2020年：7万亿元的中国餐饮市场
 - 1.2 进入7万亿元世界
 - 1.3 把脉中国餐饮未来走向
- 第2章 7万亿元餐饮市场，西式品牌入侵，中式品牌崛起
 - 2.1 西式品牌入侵，变中国为根据地
 - 2.2 西式品牌朝中国本土纵深化发展
 - 2.3 西式品牌对中国餐饮市场的启示
 - 2.4 中式品牌的崛起
 - 2.5 中式品牌对阵西式品牌
- 第3章 营销透视，餐饮品牌的“成长百味”
 - 3.1 中国餐饮品牌的“十重门”
 - 3.2 西式品牌玩转中式快餐：东方既白的“品牌魔术”
 - 3.3 中式快餐全国连锁：问题与点睛
 - 3.4 在学习中成长，向优秀餐饮品牌学习
- 第4章 野蛮成长，适合餐饮企业的成长模式
 - 4.1 速度赢取商机
 - 4.2 空间化时代到来了
 - 4.3 如何从区域走向全国？
 - 4.4 我们的参考模式
 - 4.5 让风投“盯”上你
- 第5章 机会洞察，餐饮市场品类机会
 - 5.1 金融危机下洞察餐饮机会
 - 5.2 中式快餐品类机会
 - 5.3 火锅市场品类机会
 - 5.4 川菜品类机会
 - 5.5 面食品类机会
 - 5.6 西式休闲餐厅品类机会
- 第6章 晶牌炼金，叶茂中餐饮策划私房秘籍
 - 6.1 成功餐饮必备的“四个一”工程
 - 6.2 成功餐饮要走的关键五步
 - 6.3 成功餐饮需要把握的七大法宝
- 第7章 案例聚焦：全球华人餐饮连锁真功夫全案策划纪实
 - 引子：真功夫是怎样炼成的
 - 7.1 真功夫的拳头应该打向谁？
 - 7.2 真功夫应该打哪套拳法？
 - 7.3 真功夫的核心价值在哪里？
 - 7.4 真功夫产品线一破一立
 - 7.5 真功夫产品缺陷率设计
 - 7.6 真功夫扩张的阻力来自何处？
 - 7.7 双种子隐退江湖，真功夫横刀立马
 - 7.8 问天下谁是英雄？
 - 7.9 办学校，不做董事长，做校长
 - 7.10 全国布局，抢时间，更要抢空间

<<叶茂中的吃功夫>>

别记：分享真功夫成功的喜悦

<<叶茂中的吃功夫>>

章节摘录

插图：双种子到真功夫的蜕变，不仅是品牌的成功，更是销售力的成功，证明了品牌力相较于产品力可能更有助于销售力的成长；在规模上，真功夫与麦当劳、肯德基的距离正在逐步拉近，1995年时，真功夫的门店数里只有麦当劳的百分之一，而如今只有三倍的差距，真正成为了一个可以对抗西式快餐的中式餐饮品牌。

而这些，是无论如何都不可能发生在当年的双种子身上的。

所以说，品牌是否具有足够的影响力，决定了餐饮企业在市场竞争中是否能够胜出。

没有品牌力的餐饮企业，最终将很难改变被市场、被消费者淘汰的命运。

趋势三：快餐市场空间广阔“方便”、“快捷”的快餐业态可以说是人们生活节奏不断加快的产物，麦当劳、肯德基就是在这样的社会背景下诞生的。

而在我国，随着人们生活节奏的不断加快和收入水平的不断提高，人们对快餐的需求量在日趋增大，快餐行业具有十分广阔的市场空间。

对于众多快餐企业而言，是一个非常好的发展机会。

据相关部门统计，在北京、上海、江苏、浙江等经济比较发达的省市，快餐已经占到餐饮市场份额的50%以上。

快餐正成为餐饮行业的一匹黑马，一支蓬勃发展的生力军。

趋势四：连锁加盟助推快速扩张连锁加盟模式所带来的利益与强大威力早已被市场证明（如小天鹅、小肥羊等品牌就充分验证了连锁加盟模式的优势），餐饮业连锁加盟模式也正在逐步走向成熟。

如今，餐饮行业采用连锁加盟模式进行市场扩张的企业有很多，特别是一些标准化程度高的餐饮企业更是如此。

很多餐饮企业正是通过连锁加盟模式取得了快速的扩张，并且市场效果显著。

可以预见，连锁加盟模式将会成为更多企业所应用的经营模式。

<<叶茂中的吃功夫>>

编辑推荐

《叶茂中的吃功夫:7万亿的诱惑》:叶茂中营销策划机构是一家由中国大陆、中国香港、中国台湾及美国、韩国人才构成的创作群/200余名营销策划创作人员。
中国极具实力和影响力的营销策划团队/21年专注本土市场/洞察本土消费者/21年采200多家企业进行整合营销传播策划和品牌设计。
创意拍摄1000多支广告片/迅速提升企业品牌与销量/叶茂中2008年荣获国家工商总局颁布的中国广告30年突出贡献大奖、2005年入选中国十大。
营销专家、2004年入选影响中国营销进程的25位风云人物、2003年入选中国十大广告公司经理人、中央电视台广告策略顾问、清华大学特聘教授。
中华/红金龙,红双喜/大红鹰/白沙/金六福/黄鹤楼/真功夫/伊利/圣象地板/雅客/蒙牛/柒牌男装/长城润滑油。
汉王/361度/飘柔/汰渍/舒肤佳/银鹭/舒雅内衣/美尔雅/朵唯女性手机/三全食品/燕京啤酒/乐力钙,爱华仕,红星美凯龙/相宜本草/珀莱雅/爱尚非蛋糕。
美的空调/中华英才网,心相印/红蜻蜓/三棵树漆/安踏/雨润/神舟电脑/WNQ/健威家具,钱江摩托/长城汽车/比德文电动车/乌江榨菜,双汇/王守义。
市场洞察/营销战略/品牌定位/品类创新/产品卖点/广告创意/广告制作/网络互动营销/媒介策略。

<<叶茂中的吃功夫>>

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>