

<<市场经理实战法则>>

图书基本信息

书名：<<市场经理实战法则>>

13位ISBN编号：9787115141712

10位ISBN编号：7115141711

出版时间：2006-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：滕俊平

页数：258

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>

<<市场经理实战法则>>

内容概要

市场部作为企业的一个重要部门，如果运作得好，便能在企业的产品定位、市场分析、市场营销和品牌推广方面发挥极为重要的作用；反之，就会成为企业食之无味、弃之可惜的鸡肋，其在企业中的地位也可想而知。

而市场经理则是市场部的灵魂人物，不仅要学会在规则下花钱，更要学会创造性地从市场上赚钱。

本书把成功学、个人职业生涯规划和市场经理实战法则整合在一起，探讨了市场经理的成长动力、成长过程和成功方法。

全书共分11章，内容包括：如何确立市场经理的地位、市场部的职能定位、市场经理必须处理好的十个问题、市场经理的必修课等，是来自一线成功的市场经理的真情实感，有很强的实用性。

本书适合企业市场经理、市场营销人员、大专院校市场营销专业师生阅读。

<<市场经理实战法则>>

书籍目录

第一章 如何确立市场经理的地位3.15的考验不同的市场经理，不同的一天第二章 市场部的智能定位某保健品公司的市场部设置某网络公司的市场部设置第三章 策划，市场的灵魂策划的概念策划的工具一般的营销策划步骤利用社会热点，围绕事件整合资源一次成功的策划——“好运”润滑油市场策划案例第四章 市场经理必须处理好的十个问题问题一：市场部门如何取得“诸侯”的信任问题二：如何消除销售人员或者销售终端对广告、软文的依赖性问题三：新概念产品如何迅速取得市场成效问题四：在无费用或少费用的前提下，如何搞好与媒体的关系问题五：市场调查分析究竟有多重要问题六：工业品的宣传策略如何制定问题七：营销费用预算不够怎么办问题八：如何在短期内提高市场业绩问题九：如何处理和公司“元老”的关系问题十：如何进行残酷的市场“肉搏战”第五章 如何赢得老板的支持融合公司的战略意图动员老板营造信任互动另类沟通的艺术第六章 获得同事的帮助计划统筹：意见和目标的统一意见重构七步曲有效沟通第七章 善用外部资源如何做好会展营销建立“市场圈子”如何管理外协公司充分认识媒体危机公关，万一出现怎么办第八章 维护企业内部的公共关系如何表达市场部的声音市场工作的红与灰爱心电器集团内部公关案例——创造爱心产品，传播爱心文化第九章 花钱——投资的学问树立品牌投资意识在品牌上投资，在大事上花钱安排市场预算第十章 修炼——市场经理的必修课营销学公共关系学广告学消费心理学企业竞争战略修身，树立行业威信优秀市场经理的十大修炼第十一章 案例——实战兵法奇瑞QQ销售奇迹市场营销案例2神舟电脑平价革命市场营销案例中国搜索联盟网络门户营销案例奥迪汽车中国市场品牌重塑案例

<<市场经理实战法则>>

编辑推荐

市场部是花钱的部门，但是作为企业的一个重要部门，如果运作得好，便能在企业的产品定位、市场分析、市场营销和品牌推广方面发挥为重要的作用；反之，就会成为企业食之无味、弃之可惜的鸡肋，其在企业中的地位也可想而知。

市场经理则是市场部的灵魂人物，不仅要学会在规则下花钱，更要学会创造性地从市场上赚钱。

在市场人的职业生涯中，市场经理往往是市场人职业生涯的转折点——做得好，则会晋升至高阶管理层，反之，则有可能面临被彻底淘汰的命运。

本书把成功学、个人职业生涯规划和市场经理实战规则融合在一起，探讨了市场经理的成长动力、成长过程和成功方法。

市场经理面临的苦恼与问题； 一个卓越的市场经理应具有的管理素质； 来自一线的、具有实战价值的市场经理实战兵法； 普通市场人员晋升为高级市场经理的职业规律； 策划、预算、内部攻关、危机管理等方面的经典案例。

<<市场经理实战法则>>

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>