

<<网络营销调研技术>>

图书基本信息

书名：<<网络营销调研技术>>

13位ISBN编号：9787300073842

10位ISBN编号：7300073840

出版时间：2006-8

出版单位：人民大学

作者：时启亮 王莹

页数：200

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>

<<网络营销调研技术>>

内容概要

营销调研是综合利用多种方法获取市场信息，并以此为营销战略或其他公司战略提供指向性分析结果的一项基础性工作。

对市场的充分了解是理性商业行为的前提条件。

在专业营销服务的完整价值链上，分布着信息收集、信息解读、策略建议与战术发掘等价值环节。

传统的营销活动中，营销调研工作仅仅集中在信息收集与部分的信息解读服务上。

进入21世纪，社会发展到了互联网时代，企业开始要求营销调研工作能够提供完整的信息解读与策略建议。

2005年2月，美联储主席格林斯潘先生在一次讲话中指出：“过去的10年，全球化进程中的诸多方面都发生了深刻的变化。

所以，国际经济环境已经难以用历史的尺度去衡量……国家与国家之间在经济领域的相互影响从来也没有这样大，所以全球经济发展的变数很多。

”在由诸多不确定性因素所导致的充满变化的全球经济环境中，日新月异的技术发展格外引人注目，因为在某种意义上，它直接或间接地重塑着人们的工作方式、学习方式、娱乐方式乃至全部的生活方式。

互联网技术便是这样的一种新技术。

过去，营销调研工作为商务活动的开展提供了积极的支持。

如今，它又利用互联网系统为商务活动提供即时的、符合成本要求的服务。

由于数据库的相互联结，再加上互联网平台的作用，使得营销调研不仅能够提供原始的调查资料，而且能够通过互动提供完整的、深入的、有影响力的分析，提供决策支持。

网络营销调研是一个全新的研究领域。

如何将网络与传统的营销调研结合在一起，如何在阐述网络营销的理论与实践的同时，讨论与此相关的客户关系管理，对研究者都是一种挑战。

在对上述问题的深入思考下，我们撰写了本书。

本书全面论述了传统营销调研与网络营销调研的差异，详细介绍在互联网环境下如何有效地收集一手数据和二手数据，并在进行理论阐述的基础上，着重培养学生的操作能力。

本书还分章介绍了网络数据检索技术，网络营销专题调研方法，以及数据库营销技术和客户关系管理技术。

本书是高职高专学校电子商务专业和市场营销专业的学生的理想教学用书和学习参考资料。

<<网络营销调研技术>>

书籍目录

第1章 传统营销调研与网络营销调研 1.1 传统营销调研概述 1.2 网络营销调研概述第2章 网络数据检索技术 2.1 一手数据和二手数据 2.2 一手数据的检索 2.3 二手数据的检索第3章 市场信息收集与分析技术 3.1 市场信息的类别及价值分析 3.2 市场信息的来源 3.3 市场信息分析技术 3.4 市场调研报告第4章 网络营销专题调研方法 4.1 用户需求调研 4.2 企业资源调研 4.3 市场环境调研 4.4 用户需求调研实务 4.5 企业资源调研实务 4.6 市场环境调研实务第5章 数据库营销技术 5.1 数据库营销概述 5.2 数据库营销的整体规划与管理 5.3 数据库营销数据的收集 5.4 数据库营销数据的整理 5.5 数据库营销数据的分析 5.6 数据库营销数据的应用 5.7 数据库营销数据的维护和更新 5.8 数据库营销数据保护与消费者隐私保护第6章 互联网环境下的客户关系管理 6.1 客户关系管理与网络客户关系管理 6.2 客户识别与客户资源整合 6.3 客户关系管理的实施 6.4 创造客户价值 6.5 客户关系数据的收集、组织、分析与利用参考文献

<<网络营销调研技术>>

媒体关注与评论

书评本书全面论述了传统营销调研与网络营销调研的差异，详细介绍在互联网环境下如何有效地收集一手数据和二手数据，并在进行理论阐述的基础上，着重培养学生的操作能力。

本书还分章介绍了网络数据检索技术，网络营销专题调研方法，以及数据库营销技术和客户关系管理技术。

本书是高职高专学校电子商务专业和市场营销专业的学生的理想教学用书和学习参考资料。

<<网络营销调研技术>>

编辑推荐

本书全面论述了传统营销调研与网络营销调研的差异，详细介绍在互联网环境下如何有效地收集一手数据和二手数据，并在进行理论阐述的基础上，着重培养学生的操作能力。本书还分章介绍了网络数据检索技术，网络营销专题调研方法，以及数据库营销技术和客户关系管理技术。

本书是高职高专学校电子商务专业和市场营销专业的学生的理想教学用书和学习参考资料。

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>