

<<成功营销的99攻略>>

图书基本信息

书名：<<成功营销的99攻略>>

13位ISBN编号：9787501774272

10位ISBN编号：7501774277

出版时间：2007-1

出版时间：中国经济

作者：晓东

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>

<<成功营销的99攻略>>

内容概要

随着时代的变迁，营销也呈现出了新的发展趋势——从有形的实物营销向无形的服务营销发展；从分销零售向网络营销发展；从企业营销向社会营销发展。

本书据此分别讲述了99个经典的营销法则，展示了众多优秀企业和人士将他们的奇思妙想通过灵活运用营销学原理和相关的独特技巧付诸于营销实战当中的成功实例，让那些初涉商海的年轻朋友能够了解和掌握新的营销理念、策略和技巧，学会用优秀营销人员的眼光去观察世界，关注市场，并早日实现自己的人生梦想。

<<成功营销的99攻略>>

书籍目录

第一篇 建立正确的营销观念与战略 一、以顾客为中心,以市场为出发点 1.顾客满意企业之本 —— 关键是满足顾客需求 2.亲情营销从情取胜 —— 将人文关怀引入营销实践 3.待客真诚回报丰厚 —— 追求顾客价值最大化 4.一分耕耘一分收获 —— 培养顾客忠诚 5.相互提携共同发展 —— 从“同谋共事”出发建立企业与供应商的合作关系 6.投之以桃报之以李 —— 围绕“满足顾客真正需要”建立企业与顾客的稳固关系 7.情同手足同舟共济 —— 以“真心关怀”为内容建立企业与员工的良好关系 8.去粗取精择优培养 —— 去除最差顾客 二、建豆营销政略的基本原则 9.预测准确财源滚滚 —— 要关注国家法律环境的变化 10.洞察先机时来运转 —— 要关注国民经济的发展方向 11.立足用户挖掘市场 —— 要以用户为出发点去开发潜在市场 12.以己之长攻敌之短 —— 要考虑本企业的特点和条件 13.知己知彼百战不殆 —— 要分析和研究竞争对手的具体情况 14.独具慧眼目光长远 —— 要着眼于企业的未来发展

第二篇 选择适宜的市场定位与竞争策略 一、目标市场细分, 在市场中准确定位 15.市场细分寻找机会 —— 通过市场细分寻找企业发展机会 16.与时俱进不断发展 —— 学会利用动态深度的市场细分法则 17.选准目标有的放矢 —— 选择正确的目标市场 18.知人者智 自知者明 —— 确定自己在目标市场中的定位 二、制定属于自己的竞争策略 19.主动出击扩大战果 —— 领先者如何扩大总市场 20.积极防御以攻为守 —— 领先者如何保护市场份额 21.避敌锋芒迂回进击 —— 挑战者如何确定战略目标 22.出其不意攻其不备 —— 挑战者如何制定进攻战略 23.锁定目标全力跟进 —— 市场追随者的战略 24.拾遗补缺狭缝求生 —— 市场补缺者的战略 25.蓄势待发 以退为进 —— 如何与势均力敌的对手周旋

第三篇 制定完善的产品计划与产品战略 一、制定完善的新产品开发计划 26.档次齐全结构完整 —— 选择合理的产品结构 27.价格合理自成系列 —— 产品竞争战略 28.选定方向脱颖而出 —— 新产品开发的方向 29.抓住时机择机而发 —— 新产品投放市场的时机 二、产品组合的调整与产品定位 30.标新立异与众不同 —— 产品差别化战略 31.不断改进推陈出新 —— 改进现有产品 32.广开思路拓展空间 —— 开拓现有产品的新用途 33.优胜劣汰有取有舍 —— 适时淘汰现有产品 34.产品定位成败攸关 —— 给产品以准确定位 35.打破常规不落俗套 —— 商品“模糊化”定位 三、制定合理的价格政策 36.技高一筹优质优价 —— 高价格策略的运用 37.低价竞争实力为先 —— 低价渗透政策的运用 38.价格政策执行有别 —— 统一价格与差别价格政策 39.制定价格攻心为上 —— 正确运用心理价格策略 40.鼻体问题具体分析 —— 正确处理价格与市场占有率的关系 41.竞争策略多种多样 —— 非价格竞争策略的运用

第四篇 创建品牌与树立企业形象 一、树豆品牌意识, 制定品牌战略 二、导入CIS战略, 建立良好的企业形象

第五篇 制定切实可行的促销策略 一、广告促销与公共关系 二、人员推销与销售促进

第六篇 全面实施企业的营销战略 一、消费者行为分析 二、优胜营销, 超越对手

<<成功营销的99攻略>>

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>