

<<现代老龄市场营销指导全书>>

图书基本信息

书名：<<现代老龄市场营销指导全书>>

13位ISBN编号：9787507534061

10位ISBN编号：7507534065

出版时间：2011-10

出版时间：华文出版社

作者：迪克·斯特罗德

页数：344

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>

## <<现代老龄市场营销指导全书>>

### 内容概要

《现代老龄市场营销指导全书》是一部描写老龄市场营销和品牌管理的专著。作者迪克·斯特罗德是英国商界的风云人物，也是一名专门从事市场营销战略咨询的资深人士。在《现代老龄市场营销指导全书》中，他提出了“无年龄差异”的市场营销与品牌管理策略，预言了未来市场营销与品牌管理的趋势。他的见解深刻，观点独树一帜，使读者们看到潜藏在“银发”市场中的无限商机。

## <<现代老龄市场营销指导全书>>

### 作者简介

迪克·斯特罗德(Dick Stroud)是20plus30咨询公司的总经理。该公司专门致力于为其他公司提供人口“老龄化”带来的商机及营销策略方面的咨询。他是英国利用互动沟通渠道与“银发”一族进行交流方面的专家，是这一领域的先行者。

# <<现代老龄市场营销指导全书>>

## 书籍目录

### 第一章 营销人如何看待“银发”市场

- 这算个问题吗
- 购买新品牌的意愿是否随着年龄的增长而递减
- 老年人对广告的反应不如年轻人积极
- 吸引老年人就意味着冷落年轻人
- 市场营销战略如何应对老年消费者的影响力
- 老龄人口在市场营销中的价值究竟何在
- 访谈得出的主要结论
- 受访者名单

### 第二章 未来市场是老年人的市场

- 市场营销
- “银发”一族，悄然而至
- 图表漂亮，那又怎样（第一部分）
- 向“钱”看
- 图表漂亮，那又怎样（第二部分）
- 养老金支付影响消费性支出
- “镀金一代”
- 图表漂亮，那又怎样（第三部分）
- “破产一代”
- 营销人的保证书
- 给营销人的启示
- 小结

### 第三章 误解与营销短神症

- 长期以来最受青睐的五大观点
- 长期以来的热门观点
- 其他观点
- 这些真的只是营销人的误解或营销短视症吗
- 你对年龄的无歧视程度
- 得分解析
- 对营销人的启示
- 小结

### 第四章 环球掠影

- 年轻的世界和“老龄化”的世界
- 给营销人的启示
- 小结

### 第五章 老年人究竟有何不同

- 健康状况
- 品牌理论
- 品牌调查
- 技术
- 喜欢改变
- 渴望体验新事物
- 财务状况
- “无年龄差异”的消费者

.....

<<现代老龄市场营销指导全书>>

第六章 市场细分中的怪异世界

第七章 “地域人口统计细分系统”的价值

第八章 规则已经改变

第九章 从理论到实践

第十章 关于互动沟通渠道的误解、事实以及亟待解决的问题

第十一章 针对“银发”一族的互动渠道

第十二章 与“银发”一族沟通

第十三章 广告创意

第十四章 展望未来

第十五章 让营销“无年龄差异”

第十六章 剖析亚太市场

## <<现代老龄市场营销指导全书>>

### 章节摘录

构的变化情况，公司的人力资源、产品开发、研发、客户服务、营销与销售等各个部门会有哪些具体的应对措施？

市场中消费者年龄、收入等统计数据的变化对公司的品牌价值产生了怎样的影响？

人口结构的变化带来的主要风险有哪些？

怎样才能最大限度地降低这些风险？

面对这些问题，大多数经理人会给出一个冠冕堂皇的回答，如“无论客户年龄多大，我们保证我们的战略营销计划会满足所有客户的需求”，几乎没人能给出具体翔实的回答。

尽管如此，这些问题都不无道理，资深经理人应该基于对事实的理解自信地做出回答。

紧接着需要回答的问题参见表9.1，这些都应该是公司董事会能够回答的问题。

面向不同的市场，销售不同品牌产品的公司应该能够就其主要产品和市场作出回答。

对于经理人是否应该参与这些细节的制定是有争议的，但在大多数情况下这样做都不会有错。

这些都不是一般的问题，而是一个公司市场营销策略的核心部分。

对于那些已经能自信地回答这些问题的公司，我要表示衷心的祝贺。

毫无疑问，你们是市场营销中为数不多的佼佼者。

如果这些问题让你怀疑自己的能力，请记住，事实上不仅是你们公司存在这个问题。

以下的方案可以为你提供一些解决的办法。

.....

## <<现代老龄市场营销指导全书>>

### 媒体关注与评论

我们通过人的行为来细分世界。  
除此之外，只有年龄才会让我们相信：我们还可以通过它来细分市场。  
未来的市场营销会建立在不偏不倚、理性明智、包容性很强的策略之上。  
本书勇于创新、值得细读。  
请按照本书推荐的方法去做吧！

——西蒙·汤普逊（Simon Thompson），本田汽车公司（英国）市场部经理                      本书是所有  
年龄段营销主管们的必备读物。

——休·伯基特（Hugh Burkitt），市场营销协会执行会长                      在这本书中，迪克·斯特罗德  
的观点令人信服。

他把营销人从传统的舒适地带引入了一个全新的、他们不得不去探索的领域——包括“银发”一族在  
内的全新的市场营销策划模式。

——福布斯网站（Forbes.com）                      本书唤醒了锐意进取的营销人。

对于每一个想要了解“银发”市场的人来说，这本书都是不可或缺的。

——理查德·尼德，英国Innocent饮料公司创始人兼市场营销总监

## <<现代老龄市场营销指导全书>>

### 编辑推荐

首部关于营销人如何开拓老龄消费市场，最为详尽、最为全面的营销指南，中国两亿的老年人只要每年拿出他们养老金的10%用于消费，就是一个3000亿元以上的大市场，国外多位市场营销总监力荐的营销读本。

中国经济的下一个目标在哪里，全世界即将全面展开的市场抢夺大战。



<<现代老龄市场营销指导全书>>

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>