

图书基本信息

书名：<<成功营销技巧和实例丛书-新产品开发与实例>>

13位ISBN编号：9787507816853

10位ISBN编号：7507816850

出版时间：2000-01

出版时间：中国国际广播出版社

作者：周树清

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>

内容概要

新产品开发与实例，ISBN：9787507816853，作者：周树清等编著

## 书籍目录

### 第一篇 新产品开发概述

#### 一、新产品策划的技巧与方法

1. 商品价值 > 价格 > 成本
2. “硬件性商品价值”和“软件性商品价值”
3. 商品价值：由顾客作评价
4. 针对目标设计产品
5. 新产品定价方法：价值 > 价格 > 成本
6. 新产品开发费用的结构和使用方法
7. 从推销活动中发现新产品需求的6个方法

#### 二、新产品开发：创新性与两种动机

##### （一）“创新性”是新产品开发的最大特征

1. 独创与时机
2. 创造性模型“X”
3. 开发的目的是创造新产品
4. 两种不同的“工时”
5. 单纯模仿就不会发展
6. “创造型开发”与“发展型开发”
7. “模型制造技术”的两种模式
8. 创造型技术人员的两个条件

##### （二）两种动机

1. “种子性导向”与“需要性导向”
2. “种子性导向”产品的营销
3. “需要性导向”产品的营销
4. 寻找“潜在需要”的方法

#### 三、新产品开发的两种模式和运作方法

1. 两种模式及操作技巧
2. “技术模型（试制品）”和“产品商业化”
3. 专项开发的方法
4. 减少“长期孕育型开发”的风险的方式
5. 同一项目，分两组并行开发
6. “异业间复合型”合作开发模式

#### 四、战略开发与战术开发

##### （一）战略开发

1. 战略开发及预测方法
2. 关注不同领域的技术走向
3. 技术信息的评估方法

##### （二）战术性开发项目的5个来源

##### （三）战略性开发与战术性开发的关系

### 第二篇 新产品开发的决策与评估方法

#### 一、新产品开发工程的决策

1. 谁决定开发项目
2. 实施开发计划的主体
3. 开发程序与进度
4. 开发的阵容与预算

#### 二、“企划规范”的决策方法

1. 明确新产品新技术推销特点
  2. 把握新产品的规格的技巧
  3. 开发工作的停止与中断
  - 三、运用MC系统进行开发项目：评估的步骤和标准
    1. 建立MC（新产品项目提案）系统
    2. 研究开发评估的4大标准
    3. 开发项目的第一次评估
    4. 二次评估的三个方法
    5. 商品寿命周期的五个阶段与新产品销售
  - 四、新产品发展的分析与营销评估方法
    - （一）组织（公司）的适合性分析
      1. 营销适合性
      2. 财务可接受性
      3. 组织的适合性与可能性
      4. 环境的适合性
    - （二）意见收集与产品发展评价的5种方法
      1. 专家意见研究
      2. 清单和评价标准
      3. 德菲技巧
      4. 观念测试
      5. 利益相关分析
    - （三）财务可行性评估
      1. 公司销售额和财务资料
      2. 有用的次级资料
      3. 投资回报率的衡量
- 第三篇 开发能赚钱的营销新产品
- 一、提高新产品销售额和利润的秘诀
    1. 认清三种产品的区别
    2. 根据生产规模计算成本
    3. 高附加价值
    4. 利益的真正来源
    5. 提高“智慧性附加价值”是根本
  - 二、从畅销到常销的方法
    1. 消费观念的变化
    2. 常销商品关系到企业的存亡
- 第四篇 新产品营销策划的分析与步骤
- 一、创新的原因、因素和3大管理方法
    1. 企业的生命力仅靠“灵感”是不够的
    2. 创新成功的三大因素
    3. 创新管理的三大方法
  - 二、产品策略和规划
    1. 产品
    2. 产品规划的方法
    3. 产品生命周期与新产品管理
  - 三、寻求产品（市场）新机会的方法
    1. 新产品、现有产品的机会
    2. 旧产品与新市场

3. 新产品：限制与创新对营销机会的影响

四、新产品发展步骤

1. 新产品的构想（创意）

2. 新产品发展的成败率

3. 接受新产品的扩散模式

4. 商业分析

5. 产品发展

五、新产品的营销策划

1. 产品结构策划

2. 产品组合的策划

3. 产品品牌策划

#### 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>