

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>