

<<突破工业品营销瓶颈>>

图书基本信息

书名：<<突破工业品营销瓶颈>>

13位ISBN编号：9787509602041

10位ISBN编号：7509602041

出版时间：2008-4

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良

页数：208

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>

## <<突破工业品营销瓶颈>>

### 内容概要

优秀的企业满足需求，伟大的企业创造需求；优秀的营销人才为企业赚取利润，伟大的营销人才为社会创造财富！

本书介绍了突破工业品营销六大瓶颈：扛起中国工业的“民族大旗”、营销策划的四把利器、营销管理的“天龙八部”、营销圣经的九字诀、让服务深植上帝的心坎、厮守一生的营销秘籍。

## <<突破工业品营销瓶颈>>

### 作者简介

丁兴良，中欧国际工商管理学院EMBA，清华大学总裁培训班特聘顾问，复旦大学、上海交通大学、中山大学、北京大学等著名学府MBA、EMBA兼职讲师，是国内公认的工业品实战营销创始人：IMSC（工业品营销研究院）首席顾问；国内大客户营销培训第一人。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”，并被《财志》杂志评为“杰出培训师”；

2006年被评为“中国十大企业培训师”；

2007年被第三届中国管理大会授予“杰出管理专家奖”；

“前言讲座”、“支点国际”、“时代光华”、“黄埔大讲堂”的特邀专家；

曾任世界500强企业Johnson&Johnson（全球婴儿护肤品排名第一）销售经理；

曾任凯泉泵业集团（国内水泵行业第一）资深销售经理；

曾任英维思集团（全球自动化阀门控制行业第一）阀门控制事业部副总经理。

在国外接受了国际销售培训调机构TACK讲师认证的培训；接受了美商博思能训练中心PMP管理课程训练师的培训；接受了美国太平洋研究院销售顾问的培训，等等。

通过17年的营销实战经历、13年的工业品营销经验、89对工业品营销项目的研修，形成了一套实用的咨询与培训体系，受到全国工业品营销培训听众的一致好评。

## &lt;&lt;突破工业品营销瓶颈&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 突破工业品营销瓶颈一：扛起中国工业的“民族大旗” 第一节 工业品营销与消费品营销的“五大差异” 案例：“油盐酱醋”能与工业品比翼双飞吗 案例：工业品企业销售的尴尬  
 第二节 吃喝营销在中国 案例：中国市场的“梯田”风暴 案例：魅力企业的标准 第三节 吃喝营销PK信任营销 案例：我拿什么给你，我的“爱人” 案例：信任营销的前提——美誉度  
 案例：海尔的中央空调 第四节 重塑工业品的新营销模式——四度理论 案例：四大不可思议的农民 案例：服务营销的好处 案例：NEC的手机退出中国市场 影响一生的营销寓言：苹果树成长的奥秘 网络五大关键词一：电气企业奥运之路  
 第二章 突破工业品营销瓶颈二：营销策划的四把利器 第一节 以用户需求为中心的调研 案例：赵本山卖拐 案例：卖手表的技巧 案例：PMP的妙用 案例：海尔洗土豆机满足顾客需求 第二节 核心卖点的再造 案例：给我一个理由，让我说……爱你 案例：佳能的战略变革 第三节 避开价格战的新突破 案例：海尔的团队 案例：销售人员的四种鸟 案例：团队的重要性 第四节 建立优质的目标客户 案例：一组触目惊心的数据 案例：IBM反方向推动交易型客户需求 案例：让客户全面感受无差异、全方位的最高等级服务 案例：销售中的投名状 影响一生的营销寓言：厕所也可以营销 网络五大关键词二：百年老店艾默生的营销新政  
 第三章 突破工业品营销瓶颈三：营销管理的“天龙八部” 第一节 客户内部采购流程的分析 案例：钢铁就是这样炼成的 第二节 客户内部的职能分工 案例：你是小秘还是线人 第三节 项目型销售的推进流程 案例：情况变化了 小提示：如何进行项目型销售 第四节 销售里程碑与标准管理 案例：我离成功还有多远 小提示：衡量阶段成功的标志：里程碑 第五节 销售成交管理系统 小提示：销售预测，让资源用在刀刃上 第六节 项目型销售阶段辅助工具 案例：档案——这才是标准 影响一生的营销寓言：德国教授的郁闷在哪里 网络五大关键词三：观察：徐工集团亿元背后的品牌战略  
 第四章 突破工业品营销瓶颈四：营销圣经的九字诀 第一节 找对人——分析客户内部采购流程 案例：高手就是这样做生意 案例：你也是这样买空调的吗 第二节 说对话——发展客户关系 案例：说对话的重要性 案例：IBM、HP、DELL妙用“四鬼现象” 取得成功 第三节 做对事——客户需求调查 案例：如何淘出沙子里的金子 影响一生的营销寓言：女人最想要什么？——爱、尊重、被接纳 网络五大关键词四：年三一重工十大最具影响力事件回顾  
 第五章 突破工业品营销瓶颈五：让服务深植上帝的心坎 第一节 用对心是服务的一项原则 案例：一切都很不利，但是他居然反败为胜，原因是什么 第二节 建立服务的五大体系 小提示：服务的定义（SERVICE） 第三节 个性化服务的四个步骤 案例：新奥迪AL的“新嫁妆” 第四节 客户关系提升的方格 影响一生的营销寓言：信任是一扇不上锁的门吗？ 网络五大关键词五：中国汽车、电子市场掀起“十字东征”路  
 第六章 突破工业品营销瓶颈六：厮守一生的营销秘籍 第一节 忠诚客户的“四度”分析法 案例：中新航空联姻 第二节 想说爱你不容易 第三节 麻将人生 第四节 工业品营销“用语”汇总 影响一生的营销寓言：最大的财富：一个须发俱白的老人对财富的诠释附录

## <<突破工业品营销瓶颈>>

### 编辑推荐

1、针对工业品产品行业（工业品、高附加值、IT集成等）的大客户； 2、课程的五步设计：案例研讨—问题分析——解决方案——实际运用——提供工具； 3、十五年销售与营销的实战而分享自身的经历，成功的心得，失败的教训； 4、五年专门研究提炼的核心理论是结晶：信任法则、三段法、四度理论、九子诀等； 5、“天龙八部”的销售管理是工业品营销管理新的理论与工具，非常实用，国际领先； 6、针对工业品的培训与咨询是同时开展的，而且深入行业研究，结合企业实际情况。

<<突破工业品营销瓶颈>>

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>