

<<战略盈利模式>>

图书基本信息

书名：<<战略盈利模式>>

13位ISBN编号：9787516402245

10位ISBN编号：7516402249

出版时间：2014-1-1

出版时间：企业管理出版社

作者：谢继东

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>

## &lt;&lt;战略盈利模式&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第一篇关于战略第一章经营转型的环境因素 / 3
- 第二章战略导论 / 7
- 第三章战略的定义 / 13第二篇战略导航第一章战略导航战略规划之一——找瓶颈 / 19
  - 第一节优势丧失型瓶颈 / 21
  - 第二节关键要素型瓶颈 / 26
  - 第三节系统结构型瓶颈 / 31
- 第二章战略规划之二——找支点 / 35
  - 第一节外部环境机会 / 36
  - 第二节行业趋势机会 / 40
  - 第三节找到对手软肋 / 45
  - 第四节自身拐点突破 / 50
- 第三章战略规划之三——找路径 / 55
  - 第一节企业扩张的条件 / 56
  - 第二节企业扩张的路径 / 57
- 第四章战略的实施——定打法 / 67
  - 第一节战略方向 / 68
  - 第二节目标与方法 / 71
- 第三篇运营体系第一章顾客聚集体系 / 77
  - 第一节顾客开发模式的建立与创新 / 78
  - 第二节顾客保持 / 81
  - 第三节创造顾客满意 / 84
- 第二章产品管理体系 / 87
  - 第一节顾客的需求与产品生成策略 / 88
  - 第二节产品生命周期与创新策略 / 90
  - 第三节产品线与产品结构管理 / 94
- 第三章市场布局体系 / 97
  - 第一节市场的选择 / 98
  - 第二节市场的结构 / 99
- 第四章团队建设体系 / 105
  - 第一节团队的建设最重要的五大要素 / 107
- 第五章营销管理体系 / 111
  - 第一节营销进程管理 / 112
  - 第二节营销成本管理 / 114
  - 第三节应收账款管理 / 117
  - 第四节日常管理要项 / 120
- 第四篇营销实现第一章营销的调研与分析 / 125
  - 第一节市场细分 / 126
  - 第二节目标市场 / 129
  - 第三节产品定位 / 130
- 第二章营销的策划与计划 / 133
  - 第一节营销的策划 / 135
  - 第二节营销的计划 / 146
- 第三章营销的布局与造势 / 149
  - 第一节市场的布局 / 150
  - 第二节渠道的布局 / 151
  - 第三节终端的布局 / 153
  - 第四节品牌的推广 / 155

<<战略盈利模式>>

- 第四章营销的控制与决策 / 159
  - 第一节企业战略控制三要素 / 160
  - 第二节密集增长战略决策 / 161
  - 第三节营销的4P/4C战略 / 161
- 第五章营销的创新与盘点 / 165
  - 第一节营销成果的趋势分析——K线图 / 167
  - 第二节营销成果的结构分析——饼状图 / 168
  - 第三节用于深度分析产品营销类型——金蓝盟量利方格图 / 169

<<战略盈利模式>>

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>