

<<营销策划经理岗位培训手册>>

图书基本信息

书名：<<营销策划经理岗位培训手册>>

13位ISBN编号：9787545407570

10位ISBN编号：7545407571

出版时间：2011-6

出版时间：广东经济

作者：孙德禄

页数：215

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>

<<营销策划经理岗位培训手册>>

内容概要

本丛书具有以下三大特色：

1．实用性与有效性。

本丛书力求实用，从岗位选择到具体的培训内容，都尽量贴近企业管理实际，贴近岗位工作实际，强调针对性和实操性；同时十分注重培训效果，要求受训者边学习边操练，快速把知识转化为行动和工作绩效。

2．资深实战专家编写。

特邀一批理论水平卓著，同时实践经验也非常丰富的一线专家执笔，充分保证内容的专业度和可操作性。

3．500强企业广泛应用。

本丛书曾作为培训资料，在宝洁、可口可乐、丰田、大众、壳牌、沃尔玛等世界500强在华企业，及中石油、中国移动、海尔、蒙牛等国内著名企业中应用，是经过实践检验行之有效的岗位培训优秀读本。

本丛书所选择的岗位，既包括中国现代企业通用的基本岗位，如各部门的经理、主管、助理、专员等职能岗位，也包括如电信、房地产、酒店、餐饮、商超、服装等诸多行业的各类特色职能岗位，可以满足各级各类企业岗位培训的基本需求。

<<营销策划经理岗位培训手册>>

作者简介

孙德禄，著名策划人，曾任《人民日报》（海外版）策划办公室主任及多所大学客座教授，并历任第二三四界中国策划大会秘书长，城市运营商大会秘书长等。

<<营销策划经理岗位培训手册>>

书籍目录

第一章 营销策划经理岗位认知

第一节 营销策划经理岗位描述

- 一、制订营销战略规划
- 二、制订年度销售目标和计划
- 三、选择代理公司
- 四、销售定价及策划方案审核
- 五、制订销售制度和品牌宣传
- 六、负责组织招商工作

第二节 营销策划经理岗位要求

- 一、能力要求
- 二、素质要求

探究·思考

第二章 营销策划程序

第一节 营销策划要素

- 一、营销环境
- 二、机会与优势
- 三、目标描述
- 四、行动方案
- 五、营销成本估算

第二节 营销策划程序

- 一、搜集资料
- 二、分析资料
- 三、确定策划目标
- 四、设计有效方案
- 五、预算相关费用
- 六、进行方案沟通
- 七、做好方案调整
- 八、反馈控制

第三节 营销策划书编制

- 一、营销策划书编制的意义
- 二、营销策划书编制的原则
- 三、营销策划书的基本内容
- 四、营销策划书编制的技巧

探究·思考

第三章 营销策划方案实施

第一节 实施策划方案

- 一、影响策划方案实施的因素
- 二、营销策划方案实施模式
- 三、营销策划方案实施的程序

第二节 控制策划方案

- 一、营销策划方案控制要求
- 二、营销策划方案控制步骤
- 三、营销策划方案控制方法

探究·思考

第四章 产品策划

<<营销策划经理岗位培训手册>>

第一节 新产品策划

- 一、新产品策划内容
- 二、新产品策划步骤
- 三、新产品策划书的内容
- 四、新产品策划策略

第二节 产品组合策划

- 一、现有环境分析
- 二、产品定位分析

.....

第五章 促销策划

第六章 广告策划

第七章 渠道策划

附录

<<营销策划经理岗位培训手册>>

章节摘录

(2) 概要提示的撰写方法 概要提示的撰写一般有两种办法,即在制作营销策划书正文前事先确定和在营销策划书正文结束后确定。

第一种方法可以使策划内容的正文撰写有条不紊地进行,从而能有效地防止正文撰写的离题或无中心化。

而第二种方法则简单易行,只要把策划内容归纳提炼就行了。

两种方法各有利弊,采用哪一种可以由撰写者根据自己的喜好和经验来决定。

5。

环境分析环境分析是营销策划的依据与基础,所有营销策划都是以环境分析为出发点的。

环境分析一般应在外部环境与内部环境中抓重点,描绘出环境变化的轨迹,形成令人信服的依据资料。

。

环境分析的整理要点是明了性和准确性。

所谓明了性是指列举的数据和事实要有条理,使人能抓住重点。

所谓准确性是指分析要符合客观实际,不能有太多的主观臆断。

任何一个带有结论性的说明或观点都必须建立在客观事实的基础上,这也是衡量营销策划经理水平高低的标准之一。

6。

机会分析在这里,要从上面的环境分析中归纳出企业的机会与威胁、优势与劣势,然后找出企业存在的真正问题与潜力,为后面的方案制定打下基础。

在确定了机会与威胁、优势与劣势之后,根据对市场发展趋势的预测,就可以大致找到企业问题所在了。

7。

营销战略及行动方案这是策划书中最主要的部分。

在撰写这部分内容时,必须非常清楚地提出营销目标、营销战略与具体行动方案。

在制定营销战略及行动方案时,要特别注意的是避免人为提高营销目标以及制定脱离实际难以执行的行动方案。

可操作性是衡量此部分内容的主要标准。

同时,还必须制定出一个时间表作为补充,以使行动方案更具可操作性。

……

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>