

<<找准市场>>

图书基本信息

书名：<<找准市场>>

13位ISBN编号：9787806136300

10位ISBN编号：7806136304

出版时间：1997-11

出版时间：上海远东出版社

作者：大卫.帕默里(美)

译者：沈阳

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>

<<找准市场>>

表20.以地理位置界定第二目标市场

表21 以顾客界定第二目标市场

2 单元表格

表22.顾客群界定

表23.重点顾客群的购物频率与数量

表24.购买决策变量

表25.顾客购买动机

表26.顾客销售量表

表27.特定售点表现

表28.特定商店所在地(市场/交易区域)

表29.顾客特征数据档案

3 单元表格

表30.辨识竞争者

表31.目标市场上的竞争者

表32.竞争者的销售情况

表33.竞争者市场份额

表34.对手的竞争优势

表35.对手的竞争劣势

表36.盈利能力与财务结构

表37.定价/成本结构

表38.竞争者的营销成本

表39.竞争者的传媒使用开支

表40.研究与发展活动

表41.机会预测

表42.竞争者的市场进入障碍

4 单元表格

表43.法律、规定和条例

表44.可预见的市场变动

表45.适应市场要求的成本

5 单元表格

表46.市场的需求程度

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>