

图书基本信息

书名：<<开发成功的营销战略-AMA新概念营销教程>>

13位ISBN编号：9787806136331

10位ISBN编号：7806136339

出版时间：1997-11

出版时间：上海远东出版社

作者：大卫.帕默里

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>

书籍目录

序

导言

上篇 资料分析

1 准备战略营销计划

何为资料分析？

为评估和制表做准备

形成战略营销计划

小结

2 识别需求、问题和机会

确定和评估营销态势

制定计划前的综合评估

资源评估及分配

3 制定任务说明书

编写任务说明书

各态势层的任务说明书

4 确定目的和目标

界定目的

界定目标

目标与预测

各营销态势层的目的和目标

营销管理各层次间的相互影响

5 制定营销战略

界定营销战略

各营销态势层的营销战略

综述

6 控制营销战略

建立控制程序

各营销态势层的控制程序

7 资料支持系统

准备图表

下篇 数据报告

1 单元表格

表1.营销目的和目标的定量分析

表2.战略营销方案

2 单元表格

表3.市场需求来源

表4.市场需求强度

表5.产品需求来源

表6.产品需求强度

表7.营销活动需求来源

表8.营销活动需求强度

表9.市场问题来源

表10.市场问题强度

表11.产品问题来源

表12.产品问题强度

表13.营销活动问题来源

表14.营销活动问题强度

表15.市场机会来源

表16.市场机会强度

表17.产品机会来源

表18.产品机会强度

表19.营销活动机会来源

表20.营销活动机会强度

表21.市场评估

表22.产品供给评估

表23.营销活动评估

表24.最终评估结论

表25.来源、强弱度的排序或比率衡量

表26.营销方向

表27.需求、问题和机会小结

表28.改变行动的能力

3 单元表格

表29.营销管理战略层任务说明书

表30.营销管理战略层投入量

表31.营销管理部门层任务说明书

表32.营销管理部门层投入量

表33.营销管理功能层任务说明书

表34.营销管理功能层投入量

4 单元表格

表35.确定营销管理战略层目的

表36.营销管理战略层目标

表37.确定营销管理部门层目的

表38.营销管理部门层目标

表39.确定营销管理功能层目的

表40.营销管理功能层目标

表41.综合小结

5 单元表格

表42.战略层预算分配（五年的时间框架）

表43.战略层行动

表44.战略层项目/任务安排

表45.战略层绩效考核

表46.战略层结构核实

表47.战略层时间框架

表48.战略层项目/任务时间协调表

表49.战略层基准控制

表50.部门层预算分配（五年的时间框架）

表51.部门层行动

表52.部门层项目/任务安排

表53.部门层绩效考核

表54.部门层结构核实

表55.部门层时间框架

表56.部门层项目/任务时间协调表

表57.部门层基准控制

表58.功能层预算分配（五年的时间框架）

表59.功能层行动

表60.功能层项目/任务安排

表61.功能层绩效考核

表62.功能层结构核实

表63.功能层时间框架

表64.功能层项目/任务时间协调表

表65.功能层基准控制

表66.综合小结

6 单元表格

表67.战略层控制的销售/收入/支出报告

表68.战略层控制的销售额增长率与费用增长率之比较

表69.战略层调整

表70.战略层应急计划

表71.战略层下一个营销计划时间表

表72.部门层控制的销售预测

表73.部门层控制的收益预测

表74.部门层控制的费用估算

表75.部门层控制的市场份额/容量

表76.部门层控制的操作失误检测

表77.部门层控制的销售/收入/支出报告

表78.部门层调整

表79.部门层应急计划

表80.部门层下一个营销计划时间表

表81.功能层控制的销售报告

表82.功能层控制的订单处理跟踪

表83.功能层控制的媒介效果

表84.功能层调整

表85.功能层应急计划

表86.功能层下一个营销计划时间表

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>