

<<营销创新>>

图书基本信息

书名：<<营销创新>>

13位ISBN编号：9787810703130

10位ISBN编号：7810703137

出版时间：2001-04

出版时间：中国矿业大学出版社

作者：于立宏,章毛平

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>

<<营销创新>>

内容概要

21世纪，创新的大潮扑面而来，竞争环境空前激烈。

对于国家也好，企业也罢，因循守旧的命运只有一个，那就是死亡。

在这样一种情况下，那些“长寿”型企业必定是学习型企业，也就是善于将知识转化为生产力、善于创造新知识的创新型企业。

他们进行的创新内容涵盖企业经营的所有方面，如制度创新、技术创新、管理创新等。

企业创新就在于为消费者提供他们喜欢的商品，是一种以市场为中心的创新模式，其根本目的就是要争夺市场、创造利

<<营销创新>>

书籍目录

- 1 创新 市场营销的灵魂
 - 1.1 创新 现代社会经济发展的基本动力
 - 1.2 知识经济对企业发展的影响
 - 1.3 营销创新是知识经济和市场竞争的需要
 - 1.4 营销创新是现代营销的需要
 - 1.5 我国企业市场营销创新中面临的主要问题及解决办法
- 2 创新机制 创新的概念、特性及过程
 - 2.1 创新的概念
 - 2.2 创新的特性
 - 2.3 创新的过程
- 3 面向市场开发创造力
 - 3.1 创造力的基本概念
 - 3.2 创造性思维的个性特征（创造的静态模式）
 - 3.3 创造过程（创造的动态模式）
 - 3.4 创造性思维策略
 - 3.5 创造力开发的思维训练
 - 3.6 创造力开发的思考方法
- 4 营销创新战略框架
 - 4.1 营销观念创新
 - 4.2 营销组织创新
 - 4.3 服务创新
 - 4.4 产品创新
 - 4.5 营销渠道创新
 - 4.6 营销技术创新
 - 4.7 营销组合创新
 - 4.8 营销手段和方法创新
- 5 产品创新 企业生存与发展的关键
 - 5.1 产品创新的过程
 - 5.2 新产品开发活动的具体步骤
 - 5.3 产品创新战略的内容
 - 5.4 常见的创新组织形式
 - 5.5 产品创新设想的构思、评价和筛选
 - 5.6 创新产品投放市场和新产品营销计划的制定
- 6 营销手段创新
 - 6.1 营销新方式 反向营销策略
 - 6.2 独辟溪径 横向思维在营销中的妙用
 - 6.3 商品拟人化 赋予产品以生命
 - 6.4 了解消费者 吃透消费心理
 - 6.5 接近消费者 访销
 - 6.6 “品本”营销 以质取胜
 - 6.7 “战略”营销 着眼未来
 - 6.8 最好的推销员是满意的顾客 口碑营销
 - 6.9 迎合顾客需要 拆零营销
 - 6.10 以变制胜 弹性营销
 - 6.11 “一对一”深度营销

<<营销创新>>

- 6.12 公共关系事件营销
 - 6.13 标准营销和定制营销
 - 6.14 方案营销 渐露端倪
 - 6.15 差异营销 创造无限商机
 - 6.16 制造市场差异优势
 - 6.17 世界顶尖企业的营销创新
 - 7 营销渠道创新 营销革命新议题
 - 7.1 渠道策略的新理念
 - 7.2 分销战略的应用
 - 7.3 买断经营 渠道创新新亮点
 - 7.4 特许经营 全新的商业经营思路
 - 7.5 直复营销 划时代的营销革命
 - 7.6 网络营销 信息时代的营销渠道创新
 - 7.7 无缝营销渠道
 - 8 品牌创新 市场竞争的基础
 - 8.1 品牌的含义
 - 8.2 影响新品牌的五个因素
 - 8.3 品牌个性
 - 8.4 不同品牌战略的比较
 - 8.5 营造品牌的模式
 - 8.6 如何塑造品牌形象
 - 8.7 成功品牌的四种营销模式
 - 8.8 塑造品牌形象的程序
 - 9 广告创意
 - 9.1 创意是什么
 - 9.2 创意的源泉
 - 9.3 创意广告案例点评
 - 10 营销组织创新
 - 10.1 21世纪的营销环境变化新趋势
 - 10.2 21世纪企业营销组织结构特性
 - 10.3 21世纪企业营销组织结构的再造
 - 10.4 重塑营销人员队伍
 - 11 营销创新新趋势
 - 11.1 绿色营销
 - 11.2 网络营销
 - 11.3 关系营销
 - 11.4 服务营销
- 主要参考书目

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>