

<<区域市场营销>>

图书基本信息

书名：<<区域市场营销>>

13位ISBN编号：9787810935074

10位ISBN编号：7810935070

出版时间：2006-12

出版时间：合肥工业大学

作者：王唤明

页数：221

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>

<<区域市场营销>>

内容概要

营销的关键就是将别人的钱从口袋掏出，将产品和的思想装进其脑袋；最难的营销活动是一新的产品面对一新的市场和一成熟的产品面对一成就的市场。

在营销活动过程中，需要换位思考、需要创新性思维，关注顾客的感受，从细节着手。

两人去孤岛卖鞋的经典故事说明了营销的最高境界是改变现状，创造和激发需求。

将木梳卖给和尚需要的是营销创新。

总之，区域市场营销需要科学策划，需要用机遇和挑战评价所在区域现在和未来的环境，用优势和劣势评价企业现状，进而选择和确定企业的总体目标和长远目标，制定和选择可实现目标，需要用最小的成本、最短的时间驾驭市场、实现目标，通过了解和掌握人的消费行为特征和消费心理特征，分析和识别不同的竞争者，不断“赢销”区域市场。

<<区域市场营销>>

书籍目录

序第一章 区域市场概述第一节 区域市场及其开发第二节 区域市场营销第三节 区域市场的部署与运作
案例 安徽环亚集团营销模式研究第二章 区域市场营销战略第一节 区域市场环境分析第二节 消费者行为分析
第三节 竞争者分析第四节 STP战略分析案例 洽洽瓜子, “赢”销市场第三章 区域市场营销策略第一节 产品策略
第二节 价格策略第三节 渠道策略第四节 整合营销传播策略第五节 促销策略案例 XX品牌饮料南宁市场营销推广
攻略第四章 区域市场人员管理第一节 区域主管第二节 销售队伍建设案例 某小家电全国巡回展安徽站策划方案
第五章 区域市场渠道管理第一节 渠道流程第二节 渠道评估与调整第三节 渠道激励案例 哈根达斯冰激凌中国市场营销
攻略第六章 区域市场客户管理第一节 开放新客户第二节 客户开发与维系第三节 客户关系管理第四节 客户服务案例
新奥燃气企业是这样“撬动”安徽市场的第七章 区域销售管理第一节 销售过程管理第二节 销售结果管理案例 安徽天方茶业集团
营销战略研究第八章 区域市场提升企划第一节 市场提升企划第二节 竞争策略企划第三节 市场整体份额提升企划
案例 古井贡, 在激烈的环境中营销突围参考文献后记

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>