

<<乡镇企业市场营销文>>

图书基本信息

书名：<<乡镇企业市场营销文>>

13位ISBN编号：9787109045651

10位ISBN编号：710904565X

出版时间：1997-05

出版时间：中国农业出版社

作者：徐向阳

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>

<<乡镇企业市场营销文>>

内容概要

内容提要

本书系统地介绍了乡镇企业市场营销文化的内涵、产生、特性、作用、构建及发展的制约因素，并从多年的实践中总结出成功的制胜秘诀，同时又结合乡镇企业营销文化的成功案例，阐明了营销文化对乡镇企业的生存和发展所具有的重要的现实意义，给新时代的乡镇企业家、企业员工及理论研究人员以科学的指导和借鉴。

<<乡镇企业市场营销文>>

书籍目录

目录

前言

一、市场营销与市场营销文化

(一) 市场营销的概念

1.关于消费者需求

2.关于营销活动

(二) 市场营销观念的演变

1.以产定销的生产观念阶段

2.以销定产的销售观念阶段

3.以用户为中心的营销观念阶段

(三) 市场营销文化

二、乡镇企业市场营销文化产生的必然性

(一) 乡镇企业市场营销自身发展的必然要求

1.最大利润价值观

2.委托管理价值观

3.生活—质量价值观

(二) 建立我国市场经济理论体系的必然要求

(三) 市场营销管理理论发展的必然阶段

三、乡镇企业市场营销文化的特性作用和制胜秘诀

(一) 乡镇企业市场营销文化的特性

1.全营销性

2.继承性

3.实用性

4.差异性

(二) 乡镇企业市场营销文化的作用

1.为企业制定正确的营销目标

2.组成合理的营销机制

3.调动职工的积极性和创造性

4.提高营销过程的可操作性

5.扩大营销成果

(三) 乡镇企业市场营销文化制胜的秘诀

1.信息处理以快取胜

2.市场预测以准取胜

3.决策过程以短取胜

4.研制开发以缺取胜

5.生产成本以低取胜

6.资金占用以少取胜

7.产品质量以优取胜

8.规格品种以多取胜

9.使用功能以需取胜

10.包扎装璜以美取胜

11.注册商标以名取胜

12.广告宣传以奇取胜

13.销售价格以廉取胜

14.推销渠道以广取胜

<<乡镇企业市场营销文>>

- 15.人员推销以德取胜
- 16.公共关系以誉取胜
- 17.服务用户以诚取胜
- 18.工艺技术以新取胜
- 19.管理水平以高取胜
- 20.思想工作以实取胜
- 21.规章制度以严取胜
- 22.营销效益以好取胜

四、乡镇企业市场营销文化的成功案例

(一) 乡镇企业的产品文化

- 1.产品文化简述
- 2.产品文化的成功案例

(二) 乡镇企业的价格文化

- 1.价格文化简述
- 2.价格文化的成功案例

(三) 乡镇企业的分销文化

- 1.分销文化简述
- 2.分销文化的成功案例

(四) 乡镇企业的促销文化

- 1.促销文化简述
- 2.促销文化的成功案例

五、乡镇企业市场营销文化发展的制约因素

(一) 乡镇企业的经营性质

(二) 乡镇企业的经营环境

- 1.乡镇企业的发展趋势
- 2.乡镇企业的市场经济体制
- 3.乡镇企业自身的制约因素
- 4.乡镇企业面临的挑战
- 5.乡镇企业科技进步的水平

(三) 乡镇企业的文化环境

- 1.乡镇企业用人机制的常见病
- 2.乡镇企业惰性的原因
- 3.乡镇企业内部的文化素质

六、乡镇企业市场营销文化的构建

(一) 构建乡镇企业市场营销文化的原则

- 1.符合邓小平建设有中国特色社会主义的理论
- 2.坚持“以人为本”的主体性原则
- 3.从实际出发 建设有独特风格的营销文化

(二) 正确处理营销文化构建中的几个关系

- 1.理论设计与实际操作的关系
- 2.经济效益与精神效益的关系
- 3.内在素质与外部形象的关系
- 4.领导意志与群众基础的关系
- 5.制度建设与思想工作的关系
- 6.继承传统与吸收借鉴的关系

(三) 乡镇企业营销文化的构建层次

- 1.物质文化

<<乡镇企业市场营销文>>

2.制度文化

3.精神文化

(四) 乡镇企业市场营销文化的构建内容

1.构建的切入点

2.构建内容

(五) 乡镇企业市场营销文化的构建方法与步骤

1.物质文化建设

2.制度文化建设

3.精神文化建设

(六) 构建乡镇企业市场营销文化的成功案例

<<乡镇企业市场营销文>>

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>