

<<社区营销实战>>

图书基本信息

书名：<<社区营销实战>>

13位ISBN编号：9787111281597

10位ISBN编号：7111281594

出版时间：2009-10

出版时间：机械工业出版社

作者：易圣华

页数：208

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>

## <<社区营销实战>>

### 前言

营销的最终目的是抓住终端消费者。

在各行各业竞争激烈的今天，营销方式琳琅满目，广告营销、新闻营销、视觉营销、终端SI生动化等，似乎已经将营销的底“捅破了”。

但是，有一个终端消费集聚的地方，却仍然是空白，这就是具有高消费力、潜在消费者众多的社区和网络社区。

社区，俗称“小区”，是许多产品和行业欲进去“建功立业”的地方，是一块肥肉，不仅众多厂家在争，很多代理商也在争。

但是直到目前仍然没有系统的方法，社区营销也仅局限于常规地进去做活动，在上面摆摆样品等。

社区营销是大企业、小企业都可以做的事情，同时，社区营销介入成本低，可以直接带来销量的提升。

因而，社区营销岗位成为目前许多企业和商家热招的一个职位，应聘人员众多。

笔者具有多年在建材灯具行业的营销经验，社区营销是常用的营销手段。

同时，笔者也体会到了系统、深入运用这一方式的“神力”，本书就是笔者经验的总结。

本书按照社区营销的实战步骤：社区调研、社区进驻前的准备工作、正式进驻、社区推广、组织团购、借用口碑营销等，一步步加以阐述。

## <<社区营销实战>>

### 内容概要

在各行各业竞争激烈的今天，营销方式琳琅满目，但有一个终端消费集聚的地方，却仍然是空白，这就是具有高消费力、消费者众多的社区和网络社区。

本书按照社区营销的实战步骤：社区调研、社区进驻前的准备工作、正式进驻、社区推广、组织团购、社区口碑营销等，一步步加以阐述。

本书作者长期在知名企业中担任公关、企划、市场部门的负责人，本书的写作主要是从社区推广执行者的方法论述。

同时，作者还以一个企业总部的角度，对如何推广、规划、管理代理商，以及如何利用政策调动他们运用社区营销的积极性，做了详细的说明。

## <<社区营销实战>>

### 作者简介

易圣华，七十年代人，法律系毕业，先后在知名企业和策划公司担任公关部经理、策划部经理、市场部经理、项目总监等职。

有为多家企业提供成功营销咨询服务成功案例，出版有《新闻公关策划实战》一书。

除营销企划外，他还是一名作家，著有《转弯遇见幸福》，在台湾香港出版书

## &lt;&lt;社区营销实战&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第1章 你需要社区营销 为什么要做社区营销 什么是社区营销 哪些行业最需要社区营销  
社区营销创新发展趋势 案例1-1 “社区营销”：让T牌葡萄酒 突破营销困境 案例1-2 宁净净水机  
利用社区推广提升 1200万元销售额第2章 社区营销12字真经 社区营销的4个难点 社区营销的3  
个常见误区 社区营销的“12字真经” 案例2-1 A药品企业社区营销案例得失分析 案例2-2  
蒙娜丽莎瓷砖郑州社区推广案例分析第3章 虚调研、出实效 没有调查就没有发言权 建立社区楼  
盘档案，制作分布图 进行楼盘分类，决定进驻方式 案例3-1调研先行，儿童用品店小资金 玩转  
大社区 案例3-2胶原壮骨S市社区推广——用心 调研才能准确出击第4章 进驻前的准备工作 物业  
公关攻略 写好社区营销作战计划 社区推广物料的准备 附录4A 社区买断协议书样本 附录4B 社区  
推广策划方案样本第5章 进驻社区做推广 社区宣传的26种机会 异业结盟、联合进驻 与家装公司、  
当地政府合作进驻社区推广 案例5-1 吉利汽车清凉夏夜整合企划案 案例5-2 联合利华“芳草洗衣  
粉”低成本社区推广切“蛋糕” 案例5-3 大家居品牌异业联盟，带来更多实惠 第6章 组织培训与  
组织团购 入户拜访 展厅接待与介绍产品……第7章 社区口碑营销 第8章 网络社区营销 参考文  
献

## <<社区营销实战>>

### 媒体关注与评论

这是一个下沉的时代。

《社区营销实战》立足社区，沉下笔端，从案例说开，不仅仅揭示了策略和战术，更有对其运作逻辑和理念的剖析。

相信该书对各行各业广告主的营销人员具有较大的意义，特别是对那些即将把营销下沉到底的营销人员来说，此书堪称及时雨。

——杜国清 中国传媒大学广告学院广告主研究所所长 一个好的营销人不仅考虑提升企业的品牌，更时时考虑如何帮助每个代理商提升销售业绩，“社区”目前是最重要的营销末端之一，是新的增长极，本书是作者的实践总结，操作性强、很实用、很及时，建议每个营销人都读它。

——肖南方 深圳联创科技市场营销管理部部长，《珠三角大悬念》作者 对于很多企业而言，社区是销售工作的“前沿阵地”，在社区设置一道“屏障”，将顾客拦截在竞争对手之前，就领先了对手一步。

《社区营销实战》中有很多方法和招数，相信做过“小区推广”的人看了都会有共鸣。

这是一本有用的书，也是一本好书，能给人启发，现学现用，活学活用。

——吕海军 格兰仕空调副总经理 决胜终端已经成为众多厂商的营销准则和竞争手段，作为最靠近顾客“末端”的社区，我们感觉到小区推广越来越重要了。

《社区营销实战》为我们深入解读了这一营销利器，不仅有理念，更多的是方法。

你不能阻止你的竞争对手读到这本书，但是你可以比竞争对手先读到这本书，并且更认真地理解它、运用它。

——潘振华 华艺灯饰照明董事副总经理

## <<社区营销实战>>

### 编辑推荐

社区营销。

决胜终端的利器！

营销的最终目的是抓住终端消费者。

在各行各业竞争激烈的今天，营销方式琳琅满目，但是，有一个终端消费集聚的地方却仍然是空白。这就是具有高消费力、潜在消费者众多的社区和网络社区。

社区营销介入成本低，可以直接带来销量的提升。

但直到目前，关于社区营销，仍然没有系统的方法。

这不是一本理论研究著作，也不是一本案例汇编，而是方法结合案例动作分解的实战讲解，是方法技巧的探讨。

《社区营销实战》的许多内容是日常培训资料的积累，可以帮助读者现学现用、活学活用，拿起书是学习观摩，放下书是实践实战！

- 如何冲破社区营销的难点与误区？
- 社区营销的“12字真经”
- 社区营销有哪些原则？
- 社区营销有哪些妙招？
- 哪些行业适合社区营销？
- 如何进行社区口碑营销？
- 如何进行网络社区营销？
- 各个行业社区营销的案例。

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>