第一图书网, tushu007.com

<<中国铁路货运营销>>

图书基本信息

书名：<<中国铁路货运营销>>

13位ISBN编号：9787113147181

10位ISBN编号：7113147186

出版时间：2012-6

出版时间：中国铁道出版社

作者：郭玉华

页数：205

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《中国铁路货运营销》以提高铁路货运核心竞争力为出发点，通过理论分析和实践总结，对铁路货运营销理论和发展问题进行了系统研究和深入探索。
《中国铁路货运营销》共分九章，包括绪论、铁路货运营销的内涵与特征、铁路货运营销理论体系分析与设计、铁路货运市场调查与预测分析、铁路货运产品设计与开发、铁路货运内部作业组织优化策略、铁路货运外部客户关系管理策略、铁路货运营销信息化策略和结语。
《中国铁路货运营销》可作为铁路货运系统干部和职工的培训教材，也可供货运代理企业以及生、产企业的有关技术和管理人员学习参考。

<<中国铁路货运营销>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 铁路货运营销发展与研究分析第二节 本书主要研究内容与基本思路第二章 铁路货运营销的内涵与特征第一节 铁路货运营销的理论基础第二节 铁路货运营销的内涵分析第三节 铁路货运营销的特性分析第三章 铁路货运营销理论体系分析与设计第一节 铁路货运营销体系的概念第二节 铁路货运营销体系的形成机理第三节 铁路货运营销体系结构设计第四节 中国铁路货运营销发展的战略选择第四章 铁路货运市场调查与预测分析第一节 铁路货运市场调查与预测的概念第二节 铁路货运市场调查与预测的内容设计第三节 铁路货运市场调查方案设计第四节 我国铁路货运量预测分析第五节 铁路货运市场调查与预测工作机制设计第五章 铁路货运产品设计与开发第一节 铁路货运产品的内涵与特征分析第二节 铁路货运产品设计的原则第三节 铁路货运产品种类及结构体系设计第四节 铁路货运产品开发第五节 铁路货运产品质量控制第六章 铁路货运内部作业组织优化策略第一节 铁路货运营销体系下作业组织优化的内涵分析第二节 面向生产的铁路货物运输组织优化策略第三节 面向服务的铁路货物运输组织优化策略第四节 铁路货运业务流程优化原理分析第五节 我国铁路货运业务流程优化策略分析第六节 我国铁路货运业务流程优化设计第七章 铁路货运外部客户关系管理策略第一节 客户关系管理原理第二节 我国铁路货运客户结构分析第三节 基于客户生命周期的铁路大客户发展模型第四节 铁路货运客户关系管理对策分析第八章 铁路货运营销信息化策略第一节 铁路营销信息化内涵分析第二节 铁路营销信息化体系设计第三节 铁路货运客户服务中心分析与设计第四节 铁路货运电子商务系统分析与设计第九章 结语参考文献后记

章节摘录

铁路货运营销信息化是面向我国铁路货运市场营销管理人员的实际应用需求，通过运用多种市场调研方法和货运营销策略分析模型，按照实际货运营销、市场调查和预测分析需求，通过运用计算机技术、信息技术、人工智能技术、市场调查分析、预测科学、营销决策技术等相关学科的理论和方法，以人机交互方式，为管理人员提供市场调查、预测分析、营销决策等相关数据分析结果和决策建议，提高管理决策的科学性和信息化程度，实现货运营销信息及其开发、分析、传播、运用等，避免主观判断、片面分析引起的决策失误，对内部信息和外部信息进行获取和开发，并基于数据进行科学的分析和传播。

2.铁路货运营销信息化的构成要素　　铁路货运营销信息化的构成要素，包括人员、职责、流程、激励政策与文化、计算机软硬件等，货运营销活动的实现和货运营销方案的获得是通过一系列相关功能单元而实现的，处理过程本质上是多个功能单元和操作人员的协作求解过程。

在货运营销过程中发挥作用的核心构成要素包括信息要素、信息系统要素和工作机制要素等。

货运营销信息要素可以分为内部货运营销信息和外部货运营销信息。

内部货运营销信息主要包括：有关订单、装运、成本、存货、现金流程、应收账款和销售报告等各种反映铁路经营现状的信息。

外部货运营销信息主要是指市场信息，它集中反映了商品供需变化和市场的发展趋势，主要包括：市场需求信息、竞争信息、用户信息、合作伙伴信息、行业趋势、竞争态势、价格水平、市场特点、宏观政策。

货运营销信息为宏观环境调研、市场需求分析、销售分析、市场占有率分析、竞争产品研究、价格研究、广告研究、分销渠道研究、客户行为分析等提供信息和数据分析保障。

货运营销信息系统要素，是人员、硬件、软件、通信网络、数据资源，以及政策和过程的有机组合，在组织中进行信息的存储、检索、转换和传播工作。

需要收集和处理大量信息，以便对市场作出快速响应，不但要及时响应顾客的产品和服务需求，还需要能够根据市场变化，及时调整货运营销策略。

具体而然，实现货运营销信息的集中、处理、分析、储存与检索、评价与传递等功能。

……

第一图书网, tushu007.com

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