

<<不可不知的10种营销工具>>

图书基本信息

书名：<<不可不知的10种营销工具>>

13位ISBN编号：9787115141590

10位ISBN编号：7115141592

出版时间：2006-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：孙立武,胡丹杰

页数：172

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>

<<不可不知的10种营销工具>>

内容概要

《不可不知的10种营销工具》介绍了营销理论及营销实践中的10种重要工具，包括一对一营销、关系营销、全球地方化营销、体验式营销、连锁营销、品牌营销、文化营销、网络营销、整合营销和绿色营销，列举了各种营销工具的成功案例，分析了它们各自的适用范围，着重论述了各种营销工具的具体应用方法和操作技巧。

《不可不知的10种营销工具》适合企业营销管理人员和营销人员、营销专业学生、MBA，以及管理咨询人员阅读。

<<不可不知的10种营销工具>>

书籍目录

第1章 一对一营销第2章 关系营销第3章 全球地方化营销第4章 体验式营销第5章 连锁营销第6章 品牌营销第7章 文化营销第8章 网络营销第9章 整合营销第10章 绿色营销

<<不可不知的10种营销工具>>

章节摘录

3. 一对一营销的类型 一对一营销的执行和控制是一个相当复杂的机制，根据顾客的参与程度和产品的复杂程度，我们可以从以下四个模块考察一对一营销。

模块一：让顾客参与 即企业与顾客进行直接沟通，帮助他们确定满足其需要的最佳产品或服务，并以最快的速度将其送到顾客手中，实现顾客价值的最大化。

生产“芭比娃娃”的马特尔公司就采用了一套完善的现代化信息系统来实现其一对一营销。马特尔公司专门为小客户们建立了一个网站，世界各地的小姑娘随时都可进入“芭比娃娃”网站，可以在网上设计她们自己喜欢的芭比娃娃，包括娃娃的肤色、发型、服装，以及其他各种爱好。

当公司将这些小客户自己设计的芭比娃娃寄给她们的时候，孩子们会发现，她自己取的娃娃名字印在包装盒上，里面的说明书详细描述了娃娃的个性与喜好，每个收到娃娃的孩子无不欣喜若狂，因为这个娃娃是她自己参与设计的，是天下独一无二的。

模块二：体验 要让一个顾客心甘情愿地在你的商品面前打开钱袋，你首先要让他知道你的商品是好的，是适合其需求的，也就是说，在顾客购买你的商品之前就要让他体验到你的商品是“最好”的。

尽管你的商品未必是最好的，但你是唯一一个让他在购买之前就体验到消费乐趣的，他会对你心存感激进而解囊购买你的商品。

为达到这样的营销效果，企业首先需要做的是，建立起一个非常完善的交流平台，当顾客进入这个平台体验到个性化的、细致入微的服务之后，就会被牢牢地吸引，进而成为公司的忠诚顾客。

<<不可不知的10种营销工具>>

编辑推荐

目前，市场竞争日趋激烈，营销工具和营销手段的选择和应用对企业的生存和发展有着重要意义。因此，各企业都希望采用最有效、最快捷、最实用的营销工具和营销手段，达到扩大影响、提高销售的目的。

戴尔的一对一营销；IBM和微软的关系营销；可口可乐的全球地方化营销；星巴克的体验式营销；麦当劳和肯德基的连锁营销；宝洁公司的品牌营销；孔府家酒的文化营销；蒙牛酸酸乳借助“超级女声”的整合营销；沃尔玛的绿色营销……在《不可不知的10种营销工具》中，你都可以看到。如果你是营销人员或营销管理人员，相信你的感觉，《不可不知的10种营销工具》正是为你而写！

<<不可不知的10种营销工具>>

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>