

<<市场营销咨询>>

图书基本信息

书名：<<市场营销咨询>>

13位ISBN编号：9787121019180

10位ISBN编号：7121019183

出版时间：2006-1

出版时间：电子工业出版社

作者：方少华

页数：364

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>

<<市场营销咨询>>

内容概要

本书共分为三篇，上篇主要详细地介绍了市场营销咨询的方法与工具；中篇介绍了市场营销咨询案例；下篇主要对未来的全球、亚太地区及中国市场营销咨询的发展进行了分析与预测。本著作既有理论，又具有很强的实践性；既具有很强的可读性，又具有一定的操作性。本著作的出版，将有助于企业从中获得有关市场营销新理念与新方法的启示，从而有助于企业营销理念与营销方案的改善。

产品组合规划、行业市场分析、主要客户研究、产品价格制定、分销渠道选择、推广方案设计、促销方式创新……也许你是被客户企业委以重任的咨询师，这林林总总的问题如何去解决与平衡？也许你是为企业营销奔波忙碌的管理者，这千头万绪的局面如何去化解与整合？本书为您提供了一个庞大但井井有条的工具箱，只要你熟练掌握了书中介绍的方法与工具。它们的各种组合足以让你对付各类棘手的状况——不论是新产品推广，还是客户关系维护，或者争夺细分市场。

作者简介

方少华，上海罗能管理咨询有限公司总经理，国内资深管理咨询顾问及EPR专家，MBA。曾先后在世界500强公司卡特比勒（中国）有限公司、埃森哲咨询（上海）有限公司、凯捷安永咨询（中国）有限公司从事企业管理、顾问和项目管理工作。在企业战略管理、人力资源管理、销售管理、业务流程、知识管理等领域及IT咨询、管理咨询方面有超过十年的从业经验。业务范围包括企业管理咨询；涉足领域包括金融、化工、制造、钢铁、医药等行业。

书籍目录

上篇 市场营销咨询方法与工具第1章 市场营销咨询导论第2章 市场营销咨询方法第3章 市场营销咨询工具中篇 市场营销咨询案例第4章 KN电器营销咨询案例第5篇 XC广场市场营销及传播推广方案第6章 DF通信营销体系建设项目建议书第7章 AG股份有限公司外部分析下篇 市场营销咨询展望第8章 市场营销咨询发展之未来附录A 全球著名营销咨询公司简介附录B 全球营销咨询相关网站及行业协会介绍参考文献

<<市场营销咨询>>

媒体关注与评论

丰富从业实践浓缩咨询经验，多幅真实图表阐释咨询内涵，生动完整案例再现咨询过程。

市场营销咨询在中国转型时期，既是中国企业和外来公司迫切需要的，又是咨询服务中充满挑战和高风险的领域。

依靠专业能力抓准问题，是营销咨询在中国市场取胜的关键。

——中山大学教授、CMC中国营销研究中心主任 卢泰宏 作者再次展示出咨询界对工商界的影响力。

我向商界领袖郑重推荐本书，因为它为我们所面临的主要问题提供了具有前瞻性和实际的答案。

——江苏贝贝集团有限公司董事长 王小立 作得对市场营销过程有非常清晰的见解。

它帮助我们明确什么是市场营销、如何制定有效的营销战略并成功实施，以及如何通过营销咨询创造和保持一种竞争优势。

这本书是宝贵的咨询和强有力的工具。

——武汉大学商学院市场营销系教授、博士生导师 汪涛 人们往往用“浩如烟海”或“汗牛充栋”等词汇来形容营销类书籍的数量之多。

对于一些从事或想了解营销的人来说，面对如此浩瀚的书海，难免望洋兴叹，望而却步。

究竟何为经典呢？

本书告诉你答案！

——江苏法泰电器有限公司董事长 虞国荣

编辑推荐

产品组合规划、行业市场分析、主要客户研究、产品价格制定、分销渠道选择、推广方案设计、促销方式创新……也许你是被客户企业委以重任的咨询师，这林林总总的问题如何去解决与平衡？也许你是为企业营销奔波忙碌的管理者，这千头万绪的局面如何去化解与整合？本书为您提供了一个庞大但井井有条的工具箱，只要你熟练掌握了书中介绍的方法与工具。它们的各种组合足以让你对付各类棘手的状况——不论是新产品推广，还是客户关系维护，或者争夺细分市场。

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>