

<<市场营销管理全案>>

图书基本信息

书名：<<市场营销管理全案>>

13位ISBN编号：9787121077661

10位ISBN编号：7121077663

出版时间：2009-1

出版时间：电子工业出版社

作者：杨立军

页数：591

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>

<<市场营销管理全案>>

前言

市场营销是企业参与市场竞争、获得目标客户的重要管理手段，其过程包括对产品或服务进行市场调研、设计开发、价格制定、促销管理、渠道渗透、销售管理等一系列的计划和活动的执行。

随着经济的发展，产品与服务的内容越来越丰富，市场竞争的激烈程度也随之加剧。

企业如果想在市场上实现自身产品与服务的差异化，提高消费者忠诚度，那么必须加强市场营销管理。

出于对市场营销管理重要性的认识和理解，我们收集了大量来自国内外卓越企业在市场营销管理方面的制度、文案、表格及流程，结合先进的市场营销理念和知识，并参考了一批经验丰富的市场营销管理者的意见，编撰了《市场营销管理全案》一书。

本书旨在帮助读者解决以下三个方面的问题：1.避免市场营销工作者、企业决策者在没有充分的市场营销理论基础的情况下，盲目进行市场概念的创新和销售计划的制定。

2.帮助市场营销工作者完整地了解市场营销管理框架及各类营销管理理念，了解其他行业的市场营销手段，从而在本行业领域的市场营销活动策划中触类旁通。

3.帮助市场营销工作者将市场营销理念、品牌创新概念、销售计划落实到执行的层面，通过制度、文案、表格及流程，帮助市场营销工作者有效推进企业市场战略。

同时，本书具有三大特点：一是全面、系统。

本书分为市场营销综合管理、市场管理、销售管理、市场营销管理流程汇总等部分，全面阐述了市场营销管理的各个环节，并且系统地地区分了市场营销管理中执行层面的制度、表格、文案、流程与知识层面的理论、概念和工具。

二是权威。

除了对市场营销理论进行介绍和提炼，本书还借鉴了国内外知名企业的市场营销管理经验和操作规范，尽可能做到博采众长。

三是实务操作性强。

本书立足于以实务操作为基础，在每个市场营销环节中都明确了相关的工作方法，为市场营销工作者提供了方便。

本书在编写过程中借鉴了大量的资料，得到了众多专业人士的指导，在此表示衷心的感谢。

由于市场营销管理具有复杂性和很强的时代性，加之编者水平有限，因此本书必定还存在不少缺陷，希望广大读者和有关专家指正。

市场营销管理是一项非常复杂的工作，而有效的市场营销将大大增强企业的竞争力，打造企业独有的品牌，构建企业强势的渠道。

我谨代表本书所有参与编撰的成员，衷心希望本书能够成为读者在市场营销工作中必不可少的帮手。

<<市场营销管理全案>>

内容概要

本书是由多位市场营销管理专家合力为市场营销专业人士和非专业人员准备的实用工具书。

本书将市场营销管理分解为市场管理和销售管理两大部分，其中，市场管理偏重于拉动消费者需求，销售管理偏重于推动消费者购买。

全书共分为市场营销综合管理、市场管理、销售管理、市场营销管理流程汇总4篇，主要包括14章内容。

本书为现代企业构建了一套完整、科学和实用的管理体系，让读者能将理论与实务结合，轻松运用到实际工作中去。

<<市场营销管理全案>>

书籍目录

第1篇 市场营销综合管理 第1章 市场营销组织与岗位设计 1.1 市场营销部组织建设 1.1.1 市场营销部组织设计与职责描述 1.1.2 市场营销总监岗位说明书范本 1.2 市场部组织设计与岗位职责 1.2.1 市场部组织设计与职责描述 1.2.2 市场总监岗位说明书范本 1.2.3 市场调研经理岗位说明书范本 1.2.4 市场调研专员岗位说明书范本 1.2.5 品牌推广经理岗位说明书范本 1.2.6 品牌推广专员岗位说明书范本 1.2.7 公关策划经理岗位说明书范本 1.2.8 公关策划专员岗位说明书范本 1.2.9 广告管理经理岗位说明书范本 1.2.10 广告管理专员岗位说明书范本 1.3 销售部组织设计与岗位职责 1.3.1 销售部组织设计与职责描述 1.3.2 销售总监岗位说明书范本 1.3.3 销售计划经理岗位说明书范本 1.3.4 销售计划专员岗位说明书范本 1.3.5 区域管理经理岗位说明书范本 1.3.6 区域管理专员岗位说明书范本 1.3.7 促销管理经理岗位说明书范本 1.3.8 促销管理专员岗位说明书范本 1.3.9 销售日常管理经理岗位说明书范本 1.3.10 销售日常管理专员岗位说明书范本 1.3.11 客户关系管理经理岗位说明书范本 1.3.12 客户关系管理专员岗位说明书范本 1.3.13 渠道管理经理岗位说明书范本 1.3.14 渠道管理专员岗位说明书范本 1.3.15 客户投诉管理经理岗位说明书范本 1.3.16 客户投诉管理专员岗位说明书范本 第2篇 市场管理 第2章 市场调研管理 2.1 市场调研管理制度体系 2.1.1 市场调研管理制度 2.1.2 市场调研实施细则 2.2 市场调研管理方案 2.2.1 市场调研方案 2.2.2 市场调研问卷(一) 2.2.3 市场调研问卷(二) 2.2.4 市场调研问卷(三) 2.2.5 市场调研问卷(四) 2.2.6 市场调研分析报告 2.2.7 市场调研分析报告大纲 2.3 市场调研管理表格 2.3.1 市场调研计划表 2.3.2 市场调研报告表 2.3.3 经销商调研表 2.3.4 同类产品价格调研表 2.3.5 市场各区域竞争产品对比表 2.3.6 市场占有率分析表 2.3.7 消费者购物情况流水记录表 2.3.8 消费者购物意识分析表 2.3.9 消费者流量调研表 2.3.10 消费者构成调研表 2.3.11 竞争对手动态登记表 2.3.12 消费者购买数量登记表 2.3.13 消费者咨询内容登记表 2.3.14 市场开拓分析表 2.3.15 畅销产品分析表 2.3.16 产品营销分析表 2.3.17 产品单价登记表 2.3.18 各销售区域销量统计表 2.3.19 产品市场调研分析表 2.3.20 市场调研状况月报表 2.3.21 产品形象分析表 第3章 市场策划推广管理 3.1 市场策划推广管理制度 3.2 市场策划推广方案 3.2.1 产品上市策划方案大纲 3.2.2 网站策划方案大纲 3.2.3 市场策划方案大纲 3.2.4 市场策划方案 3.2.5 新品上市策划方案 3.3 市场策划推广管理表格 3.3.1 市场费用预算表 3.3.2 市场策划方案执行表 第4章 产品价格管理 4.1 产品价格管理制度体系 4.1.1 产品价格管理制度 4.1.2 产品价格调整实施细则 4.2 产品价格管理方案 4.2.1 新产品定价方案 4.2.2 产品调价方案 4.3 产品价格管理表格 4.3.1 成本估价表 4.3.2 竞争产品调查表 4.3.3 产品降价申请表 4.3.4 产品价格变动影响表 4.3.5 产品市场价格统计表 4.3.6 产品售价表 4.3.7 产品报价单 4.3.8 产品计价单 4.3.9 产品价格分析表 4.3.10 产品价目表 第5章 广告宣传管理 5.1 广告宣传管理制度体系 5.1.1 广告管理制度 5.1.2 广告预算管理制度 5.2 广告策划管理方案 5.2.1 广告策划管理方案大纲 5.2.2 广告策划管理方案细则 5.2.3 网络广告投放分析大纲 5.3 广告管理表格 5.3.1 广告策划调研表 5.3.2 广告预算分配表 5.3.3 媒体投放评估表 5.3.4 广告效果反馈表 第6章 市场管理知识与工具 6.1 说明性调研方法 6.2 面谈访问调研法 6.3 焦点访谈调研法 6.4 消费者购买行为分析 6.5 市场地位分析 第3篇 销售管理 第7章 销售综合管理 第8章 产品促销管理 第9章 客户关系管理 第10章 渠道管理 第11章 零售管理 第12章 售后服务管理 第13章 销售管理知识与工具 第4篇 市场营销管理流程汇总 第14章 市场营销管理流程参考文献

<<市场营销管理全案>>

章节摘录

插图：

<<市场营销管理全案>>

编辑推荐

市场营销是企业参与市场竞争、获得目标客户的重要管理手段，其过程包括对产品或服务进行市场调研、设计开发、价格制定、促销管理、渠道渗透、销售管理等一系列计划和活动的执行。

本书由经验丰富的市场营销专家编写，内容覆盖市场营销工作的全过程，是兼具全面性、权威性和实用性的市场营销专业书籍，是一本专业和非专业人士皆可使用的工具书。

本书所配光盘提供了市场营销工作常用表格，便于实际操作使用。

本书是一本兼具全面性、权威性和实用性的市场营销专业书籍，是一本专业和非专业人士皆可使用的工具书。

本书将市场营销管理分解为市场管理和销售管理两大部分，其中，市场管理偏重于拉动消费者需求，销售管理偏重手推动消费者购买。

全书共分为14章，左侧翻开即见全书框架。

本书特点：全面、系统，依据现代市场营销管理特点组织内容，知识覆盖全面，结构脉络清晰。

随查随用。

内容权威，融合了国内外知名市场营销管理专家和企业市场营销管理者的理论、经验和意见，博采众家之长。

实务操作性强，提供了大量市场营销管理制度范本、方案样本和实际操作表格，一并在所附光盘中提供电子版本，方便读者参考使用。

<<市场营销管理全案>>

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>