

<<如何制定营销计划>>

图书基本信息

书名：<<如何制定营销计划>>

13位ISBN编号：9787301105382

10位ISBN编号：730110538X

出版时间：2006-5

出版时间：北京大学出版社

作者：诸强新

页数：164

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>

<<如何制定营销计划>>

内容概要

作为“新实战派”营销的创始人，诸强新先生从不拘泥于传统的营销理论，而是因时制定、因地制宜地制定营销策略。

他认为，作好营销的窍门就是重视计划与执行，兼顾谋略与创新。

企业的营销计划是所有计划的龙头，而营销计划的灵魂在于实用与创新。

所以，诸强新先生反复强调制定营销计划的重要性。

在《如何制定营销计划》中，诸强新先生并没有过多介绍营销知识与理论，而是将营销的创新理念贯穿全书始终，让读者既能了解制定营销计划的操作流程，又能迅速领悟营销创新的奥秘。

《如何制定营销计划》是诸强新先生20年营销工作的经验总结，认真学习《如何制定营销计划》，你将发现：营销其实很简单！

<<如何制定营销计划>>

作者简介

诸强新，中国实战公关营销创新专家、“新实战派”营销创始人，“中国十大杰出营销人”、上海交大EMBA客座教授，《经理人》杂志“中国商界MVP金奖”评委及特约撰稿人。

拥有20年跨国企业及本土企业营销经验，曾服务于可口可乐、养生堂等国内外著名企业，担任过农夫山泉有限公司总裁助理兼全国销售总经理、杭州唯新食品有限公司常务副总经理等职务。

辉煌业绩，成功策划国内第一个品牌无形资产抵押贷款项目：首创在省运会引导牌上做企业形象广告；15天组建可口可乐山东全省营销网络；两个月为农夫山泉攻克上海市场；使投资额仅70万美元的长鼻王产品年销售额突破1个亿、利润达1500万。

曾服务的客户，通用电气（中国）有限公司、三星、中国移动、中国银行、中国普天通信集团、娃哈哈、燕京啤酒、完达山乳业、中国浪莎林业集团、上海国药控股集团、香港理工大学国际企业培训中心等。

<<如何制定营销计划>>

书籍目录

第一章 让人又爱又恨的营销计划——营销计划解惑第一节 企业为什么需要营销计划第二节 为什么计划会跟上上变化第三节 营销计划成了众矢之的第四节 为什么外企重视计划而我们讨厌计划第五节 营销计划是企业计划的龙头第六节 营销计划是管理还是执行第七节 营销计划是战略还是战术第二章 营销计划的基本内容第一节 环境分析第二节 营销目标第三节 销售组织与人员选拔第四节 产品策略第五节 价格策略第六节 经销商的激励与控制第七节 促销推广第三章 市场调研的内容与方法第一节 市场调研的内容第二节 市场调研常用的方法第三节 调研的陷阱第四章 把握营销计划的关键点第一节 战略先行，战术跟进第二节 目标市场与根据地营销第三节 市场细分的战略思考第四节 产品卖点的提炼与把握第五章 营销计划的执行管理第一节 销售经理的五大困惑、三个改变第二节 营销管理的特点第三节 目标管理的要点第四节 营销计划分解第五节 绩效管理口服心服的要点第六节 人治、法治到文治

<<如何制定营销计划>>

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>