

<<深度营销战法>>

图书基本信息

书名：<<深度营销战法>>

13位ISBN编号：9787301116579

10位ISBN编号：7301116578

出版时间：2007-4

出版时间：北京大学出版社

作者：程绍珊 李国华

页数：245

字数：230000

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>

<<深度营销战法>>

内容概要

深度营销是对营销4P的结构化演绎，即以渠道为核心，塑造差异化的核心竞争力，产品、价格、促销均围绕渠道而变化，其核心思想是打造管理型营销价值链，实现营销价值链各环节之间的有效协同。

深度营销是作者及其团队对中国市场潜心研究10多年的成果结晶。

经过美的、欧普、白沙、乐百氏、劲霸、康恩贝等近百家企业的实践证明，深度营销是帮助企业突破困境、改变现状、建立市场竞争优势最有效的途径 - - 在某饲料企业的区域市场采用集中战略，在低成本投入下，3个月将领先的竞争对手击溃，实现销量提升20倍；8个月内为某建材企业的营销管理系统导入深度营销模式，成功帮助其实利润翻番..... 这是国内第一本系统研究深度营销实践招法的著作！

书中详细指导了企业如何以渠道为核心，在产品方面如何设计和调整产品组合；在价格方面如何建立共赢机制，实现厂商一体化；在促销方面如何驱动整条营销链争夺市场，实现渠道协同。

书中分享了大量的营销实战案例，便于读者举一反三，迅速掌握深度营销的精髓。

<<深度营销战法>>

作者简介

程绍珊，和君咨询集团营销顾问有限公司董事长。

国内著名实战派营销专家，曾主持数十个营销咨询项目，在获得客户良好口碑的同时也在国内营销界赢得了“第一市场操盘手”的美誉。

《销售与市场》、《营销学苑》、《销售与管理》专栏作者。

程绍珊先生带领深度营销管理咨询

<<深度营销战法>>

书籍目录

序第一章 困则思变 一、我们的营销困境 二、红海中的生存 三、魔高一尺，道高一丈第二章 出路何在 一、营销为何 二、做正确的选择 三、结构产生力量第三章 深度营销 一、打造营销价值链 二、理性选择 三、变革中的平衡 四、深度实战第四章 围绕渠道的产品策略 一、产品的战斗队形 二、多渠道的产品组合设计 三、产品变阵第五章 围绕渠道的价格策略 一、润滑渠道的定价 二、构建价格梯度 三、多渠道的价格平衡 四、动态调价第六章 围绕渠道的促销策略 一、基于渠道的促销原则 二、“促通”才能“促消” 三、多渠道协同促销第七章 有机性营销组织 一、摆脱机械性 二、简单即有效 三、成为客户顾问

<<深度营销战法>>

编辑推荐

美的、乐百氏、劲霸等近百家企业成功实践掀起新一轮营销改革风暴。

一、二级市场是骨头，三、四级市场是肉，没有足够的营销深度，企业是吃不到这块肉的！

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>