

<<怎样进行营销管理>>

图书基本信息

书名：<<怎样进行营销管理>>

13位ISBN编号：9787309019100

10位ISBN编号：7309019105

出版时间：1997-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：(日)LEC.东京法思株式会社

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>

## <<怎样进行营销管理>>

### 内容概要

#### 内容提要

本书系《走向规范：市场经济经营管理技法》丛书中的一种。

#### 营销是企业

走向市场，实现经营目标的关键环节。

全书根据现代企业开展营销活动的

实践和管理流程，分六章逐次论述了部门目标的策划和制定；部门组织的建立；区域管理；顾客、老主顾管理；销售活动的管理；部下的培养等六大方面的实务，较全面地介绍了日本先进的营销管理体制和经验。

内容简明，通俗

实用。

本书适合企业营销人员、经营管理人员阅读和参考。

<<怎样进行营销管理>>

作者简介

## <<怎样进行营销管理>>

### 书籍目录

#### 目录

#### 第一章 部门目标的策划和制定

##### 第一节 部门目标设定的程序

###### 一 方针的理解

###### 二 部门目标的意义

###### 三 部门目标的内容

###### 四 部门目标设定的研讨要点

##### 第二节 目标设定的具体方法

###### 一 根据销售预测来设定的方法

###### 二 根据市场环境来设定的方法

###### 三 根据利润目标来设定的方法

###### 四 根据销售估计合成法来设定的方法

##### 第三节 目标设定的注意点

###### 一 目标的决定方法

###### 二 总销售指标的分配方法

###### 三 销售实施计划

###### 四 促销活动计划

#### 第二章 部门组织的建立

##### 第一节 部门组织建立的思考方法

###### 一 部门组织的建立

###### 二 部门组织建立的基本程序

###### 三 部门组织建立时的注意点

##### 第二节 建立组织的具体进程

###### 一 基本性组织的建立

###### 二 应用性组织的建立

#### 第三章 区域管理

##### 第一节 区域设定

###### 一 区域的意义

###### 二 区域的设定

##### 第二节 区域的人员配置

###### 一 区域制度

###### 二 人员配置

#### 第四章 顾客、老主顾管理

##### 第一节 关于顾客、老主顾的信息分析

###### 一 营销个体的信息管理

###### 二 顾客、老主顾信息的内容

##### 第二节 顾客、老主顾管理的目的和

###### 概要

###### 一 顾客、老主顾管理的目的

###### 二 顾客、老主顾管理的概要

##### 第三节 顾客、老主顾管理的操作方法

###### 一 顾客、老主顾管理卡

###### 二 Z图表分析

###### 三 ABC 分析

###### 四 J图表分析

## <<怎样进行营销管理>>

五 顾客、老主顾满足度的调查

第五章 销售活动的管理

第一节 销售活动管理的目的和内容

一 销售活动管理的目的

二 销售活动管理的内容

三 认识、分析部门目标、实绩及其差异

四 差异的对策

五 销售会议

第二节 访问计划的管理

一 访问计划的制定方法

月访问计划

二 访问计划的制定方法

周访问计划

三 访问计划的管理

第三节 商谈过程的管理

一 商谈发掘的过程

二 具体商谈过程

三 商谈过程的进展管理

第四节 营销个体的行动管理

一 时间管理

二 会议的出席

三 应对抱怨

四 自我启发

第六章 部下的培养

第一节 营销个体的培养

一 作为指导者所应具有的能力和素质

二 教育

三 按阶段教育

四 推销手册

第二节 OJT、OFF - JT

一 OJT

二 OFF - JT

<<怎样进行营销管理>>

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>