

<<马狮营销>>

图书基本信息

书名：<<马狮营销>>

13位ISBN编号：9787501756766

10位ISBN编号：7501756767

出版时间：2003-02-01

出版时间：中国经济出版社

作者：彭程

页数：301

字数：165000

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>

<<马狮营销>>

内容概要

关系营销是对传统营销理论的一次颠覆，自20世纪90年代兴起以来，现已成为企业营销活动的重要理念。

马狮百货是英国最大且最赢利的零售集团，也是关系营销的先驱。

他们早在20世纪70年代就认识到关系营销的重要性，并极力推行，成功地建立起了与顾客、供应商的共赢关系。

本书将告诉读者，马狮如何让顾客、供应商和竞争同行心悦诚服地接受关系营销的高招。

本书是《强势百年营销丛书》的一本，本套丛书有《迪斯尼营销：销售快乐的成功法则》、《花旗营销：银行营销新时代》、《可口可乐营销：授权生产策略》、《麦当劳营销：特许经营制胜全球》、《马狮营销：关系营销成功典范》、《耐克营销：中间商品品牌策略》、《索尼营销：重塑“日本造”的品牌形象》、《微软营销：以“软”胜天下》和《亚马逊营销：挑战传统网络营销典范》。

<<马狮营销>>

书籍目录

引言

第一章 马狮百年营销风云

不用问价钱，全都一便士

廉价货摊“悟道”

由独资到合伙经营——马狮的诞生

马狮的转型与发展

商业环境的改变

赴美取经定新策

抛开批发商，与制造商建立新的联系

突破传统零销观念

案例：马狮暗渡陈仓

精益求精：马狮的今天

马狮的重整计划

马狮的营销指导原则

第二章 马狮全面关系营销战略

市场营销：从交易到关系

马狮关系营销的市场结构

马狮关系营销中的5大关系

企业与顾客关系

企业与供销商关系

企业与竞争者关系

企业与影响者关系

企业内部关系

马狮经验在日本

第三章 满足顾客的真正需要

顾客买的是什么

顾客消费的根本原因是需求

消费需求多种多样

马斯洛的需求层次理论

惟顾客是听

为目标顾客提供有能力购买的质优品

案例：“创造”价廉物美的女便装

按规格采购

案例：支持人造纤维新面料的研制

案例：圣米高晶牌无条件退货

适合大众消费的定价

超越顾客期望

令顾客满意

攻心为上，超越顾客期望

马狮与顾客关系营销具体策略

设立顾客关系管理机构

个人联系

频繁营销规划

俱乐部营销规划

顾客化营销

<<马狮营销>>

数据库营销

退出管理

第四章 没有工厂的制造商

零售商与供应商，互利还是互制？

协助制造商建立顾客忠诚度

为制造商扮演市场传讯人的角色

案例：学会与巨人宝洁一起跳舞

同谋共事、携手同进

与制造商“同谋共事”

与制造商“斤斤计较”

睥睨谦恭同时并存

案例：制造商应该了解零售商的经营策略

案例：鼎力协助建德公司

符合马狮品质标准

变相的制造商

马狮货品经营的“技术”导向原则

第五章 与“狼”共舞

竞争者：冤家还是伙伴

误区一：竞争者就是敌人

误区二：竞争目的为了挤垮对手

误区三：为竞争不择手段

误区四：不注重交流，唯我独尊

与竞争者双赢

协同竞争以达双赢

战略联盟——新的竞争模式

第六章 红花还需绿叶扶

何为影响者？

企业与社区的关系

社区是企业强劲的“驱动系统”

社区关系营销策略

政治是经济的连体儿

政府明显不同于其他影响者

政府关系营销策略

案例：动之以情、晓之以理

媒体——企业形象化妆师

媒体的威力

媒体关系营销策略

制造新闻

第七章 卓越的内部管理

大胆精简

规模不等于效益

简化运动

持久之战

重新规范行政人员的职责

管理就是管人

人体主义管理

管理的基本任务是对资源的有效配置

<<马狮营销>>

管理是通过他人把事情办好
杰出的人力资源管理
人力资源管理范畴
人力资源管理的五项基本职能：
马狮用人之道，
案例：马狮成功授权艺术
融洽的企业内部关系
员工关系处理，
“疯狂”的人际关系投资
以人为本、员工为先
案例：领导与管理——马狮之道
构建温馨的福利王国
福利委员会
在职保健计划
员工分红制度
关心员工不只靠福利
资料：谁拥有马狮
第八章 质量管理是企业守护神
全面质量管理
全面质量管理的内容，
全面质量管理的基本原则
全面质量管理的要点，
案例：多样化质量监督制度
品质控制团
第九章 品牌营销
攻无不克品牌经营策略
盈利：品牌经营的终极目标
品牌定位策略
战略策划：品牌经营的核心
个性与创新：品牌经营的灵魂
圣米高：单一品牌策略
自有品牌策略
有利于增强商品的竞争力
有利于形成特色经营
有利于充分发挥无形资产的优势
有利于掌握更多的自主权
有利于准确把握市场需求
第十章 向“马狮”学习
世界零售业发展状况
资料：全球零售业十二个远景展望
中国零售业发展现状及展望
人世前景展望
资料：零售业人世承诺摘要
中国零售业竞争策略
研究发展战略
“师长技”提高竞争力
明天会更好

<<马狮营销>>

资料：人世后亟待解决四大命门

<<马狮营销>>

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>