

<<中国手机市场营销攻略>>

图书基本信息

书名：<<中国手机市场营销攻略>>

13位ISBN编号：9787501788484

10位ISBN编号：7501788480

出版时间：2009-1

出版时间：中国经济出版社

作者：龚兵

页数：238

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>

## <<中国手机市场营销攻略>>

### 前言

中国手机市场突围路在何方？

中国手机行业的发展一直惊心动魄，从洋品牌雄霸天下到国产手机绝地反击，反复数次，如今依然是烽火连天不休。

从2000年开始，国产手机以TCL和波导为代表进行了群体性突围，通过产品外观创新和营销渠道创新，一路凯歌高奏，至2004年达到辉煌的顶峰。

创新，尤其是省包渠道模式的采用，从战略上狙击了洋品牌。

省包模式、外观创新、明星代言、人海战术成为国产手机崛起的关键词。

至2005年，国产品牌前期赖以成功的大规模、统一化的分销方式面临行业价值链和市场力量的双重挑战。

## <<中国手机市场营销攻略>>

### 内容概要

作者跟随中国手机行业教父万明坚博士从事手机营销多年，在手机行业生产管理、客户服务、渠道管理、终端管理、人力资源管理、计划管理、销售管理方面均有丰富的实际操作经验，撰写过上百万字的手机企业管理工作笔记，研究过上千份手机企业的营销管理制度，阅读过上万篇手机行业营销管理文章。

本书便是这些国内外手机品牌实际运作的写照和浓缩。

本书是中国第一本讲述手机行业市场营销的专著，是手机从业人员必备的营销手册，也是研究手机行业的不可多得的资料。

## <<中国手机市场营销攻略>>

### 作者简介

龚兵，中山大学管理哲学博士研究生。  
拥有7年职业经理人经验，曾就职于宏基电脑、TCL移动通信、长虹手机、盛泰手机，历任工程师、全国销售管理部负责人、分公司总经理、大区总监、全国销售总监、营销副总裁。

## <<中国手机市场营销攻略>>

### 书籍目录

第一章 终端攻略第一节 终端的概念和重要性第二节 Sell Out第三节 Sell In第四节 Sale Management第二章 促销攻略第一节 促销方式第二节 推广费用管理第三节 广告公司管理第三章 分销攻略第一节 渠道的基本概念和模型第二节 销售计划工作模型第四章 价格攻略第一节 价格攻略的基础知识第二节 手机产品定价流程第三节 国产手机定价模式的最佳实践第四节 价格攻略必须掌握的理论基础第五章 产品攻略第一节 产品概念第二节 手机行业专业术语第三节 手机制造过程第四节 手机项目管理全流程第五节 CTA入网认证工作流程第六节 产品攻略理论知识第七节 手机设计关键要素分析第八节 产品策略实战：NOKIA的产品策略分析第六章 客服攻略第一节 客户服务的基本知识第二节 客服运作体系建设第三节 客服管理体系建设第七章 管理攻略第一节 手机厂家的营销部门设置第二节 营销网络经营管理模型第三节 营销队伍的考核体系和薪酬体系第四节 营销队伍基础管理制度附录一 手机开发平台介绍附录二 国产手机品牌厂家及国包大全附录三 绝妙的手机创意

## <<中国手机市场营销攻略>>

### 章节摘录

**第一章 终端攻略** 对于一个基层营销人员来说，终端销售是最主要的工作，也是需要掌握营销知识最集中的部分。

大部分营销人员没有机会去做品牌塑造和产品定义等高阶工作，只有对终端销售工作熟练掌握和深刻理解，才有可能得到提升。

**第一节 终端的概念和重要性** 1. 终端管理中的名词解释 “终端”在手机行业中通常是指手机零售的场所，下面解释一下手机行业终端管理中常见的名词。

**Sell In**：直译为“卖进”，是指产品从厂家销售到经销商（渠道）的过程，但卖给经销商未必是真正实现销售，因为还存在退货、保价、补差的可能性。

**sell Out**：直译为“卖出”，是指产品从零售店卖给消费者的过程，通常，只有实现了sell out，才视同产品真正销售出去了，Sell Out基本上等同于“零售”的概念。

**Sell Management**：营销管理，是指围绕终端开展的一系列管理工作。

**软终端**：通常指在零售店向消费者售卖手机的人，一般是导购员或者营业员。

**硬终端**：通常指展示产品的终端道具，比如展柜、背板、门头、灯箱，等等。

**导购员**：终端销售人员，通常是厂家安排在零售店的销售人员，归厂家管理。

## <<中国手机市场营销攻略>>

### 媒体关注与评论

手机是人类最好的伴侣，中国是世界上最大的手机市场。市场波谲云诡，此书不可不读。

——中国品牌第一人中央电视台品牌顾问 李光斗 本书是目前最全面、最系统地介绍手机运作技巧的专著，值得手机从业者借鉴。

只有系统化、够灵活才能生存。

——盛泰手机董事长 蔡镇滨 本书总结了手机企业的工作流程和实战案例，非常适合国产手机新品牌。

我们已经要求所有员工和经销商人手一册，以迅速跻身国产一流手机品牌行列。

——宝捷讯手机国内营销中心总经理 周华 本书对2000年以来主流手机品牌的营销管理及策略进行了系统的、全面的介绍，开启了手机行业之先河，是对整个手机行业营销、理念和实战技巧的极好总结，值得品读。

——中国振华 张道山 竞争已白热化的手机行业需要这本书，行业内的营销人更需要这本书，相信这本书可以带给你很多帮助。

——深圳中兴移动通信有限公司市场部部长 颜飞强 本书的理论和案例、流程和制度均为主流品牌的管理精粹，是研究手机行业、从事手机行业不可多得的宝贵资料。

——百信手机网CEO 尹志兵

## <<中国手机市场营销攻略>>

### 编辑推荐

中国手机行业教父万明坚博士，中国品牌第一人李光斗，北斗手机网董事长CEO谭文胜联合隆重推荐。

本书是中国第一本讲述手机行业市场营销的专著，是进入手机行业掘金者的必读指南，也是手机界从业人员的必备工具书作者曾经撰写过上百万字的手机企业管理工作笔记，研究过上千份手机企业的营销管理制度，参阅上万篇手机行业营销管理文章。

本书七大营销攻略助您驰骋手机市场、无往不胜！  
为您揭秘长虹、TCL、中兴、联想、诺基亚等手机品牌的中国市场成功之道！



<<中国手机市场营销攻略>>

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>