第一图书网, tushu007.com

<<有效营销>>

图书基本信息

内容概要

在传统的营销手段失效之时，如何才能建立一个以知识为基础的整合系统，以便既满足顾客需求，又能创造高额利润？
与你的竞争对手相比，你是否拥有更多的市场信息、更了解顾客需求？
你的营销计划是在预算初期就已经完成，还是在预算制定后期才匆匆起草？
在你看来，营销是否只需要营销经理参与？
在营销策略中，你关注的是降低成本，还是满足顾客的需求和欲望？
你的营销手段能否使顾客保持较高的忠诚度？
所有的营销人员都需要自问这些问题，而本书的主旨也正在于此：当传统的市场营销策略失效之时，如何才能建立一个以知识为基础的整合系统，以便既满足顾客需求，又能创造高额利润？
罗伯特·肖在本书中介绍了营销人员开展有效营销所必备的评估工具，并分析了微软和惠普公司如何处理顾客提出的问题，同时对各种营销评估工具进行了客观评价。
他严肃地指出：如果不对营销计划、营销效果（留住顾客并获取利润）进行有效的评估，营销人员最终将被顾客无情地抛弃。
书中对于营销缺陷和营销效果的分析，客观而具有启发性。
无论是资深营销人员、营销新手，还是希望提高公司营销绩效的管理人员，只要遵从书中的指导，必然能够在激烈的市场竞争中立于不败之地。

作者简介

罗伯特·肖，剑桥大学的核物理学博士，布鲁诺大学企业运营研究和统计学硕士，克兰菲尔德管理学院营销学访问教授。
20年来，他为欧洲和美国的50多家公司提供过咨询服务。
除了咨询工作以外，他还帮助英国营销理事会负责营销评估工程。

书籍目录

致谢前言 到需要新思想的时候了第一篇 现代神话1.质量2.顾客满意度与忠诚度3.创新4.价值5.信息技术第二篇 营销新方法6.营销测量框架7.实施一种新的营销策略第三篇 营销工具8.工具和规则附录附录1.注释附录2.MSAT调查中所用的定义附录3.术语汇编

编辑推荐

罗伯特·肖在本书中介绍了营销人员开展有效营销所必备的评估工具，并分析了微软和惠普公司如何处理顾客提出的问题，同时对各种营销评估工具进行了客观评价。
他严肃地指出：如果不对营销计划、营销效果（留住顾客并获取利润）进行有效的评估，营销人员最终将被顾客无情地抛弃。

第一图书网, tushu007.com

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