

<<营销管理实战全案（上）>>

图书基本信息

书名：<<营销管理实战全案（上）>>

13位ISBN编号：9787545903553

10位ISBN编号：7545903552

出版时间：2011-11

出版时间：鹭江出版社

作者：尚清春

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>

## <<营销管理实战全案（上）>>

### 内容概要

本书特色：

1．实用性与有效性。

本丛书力求实用，从书目选择到具体的培训内容，紧扣中国企业管理工作实际，强调针对性、实用性和操作性；同时十分注重培训效果，为管理者提供“知行合一”的实践方案，快速把知识转化为生产力和企业竞争力。

2．系统性与工具性。

本丛书紧扣经理人日常管理工作的九大方面，内容广泛，体系全面，同时集知识、技能、案例、工具于一体，可作为企业各项管理工作标准化、规范化的参考手册，更是职业经理人自我提升的实用培训教材。

3．资深实战专家编写。

本丛书编委和作者不仅有实战经验丰富的跨国公司高级管理人员，还有理论水平卓著的国内管理学界知名专家教授。

本丛书是一套拥有专业性、可操作性的管理经典。

本丛书涵盖领导力、通用管理技能、人力资源、市场营销、客户服务、生产、财务、物流、行政等九大类别，分别从管理知识、技能、经典案例与实用工具等角度，为企业管理者提供兼具规范性、职业化、实用性与操作性的管理解决方案，是一套经理人案头必备的实用管理全书。

<<营销管理实战全案(上)>>

作者简介

《光华管理经典?职业经理人管理实战全案》

丛书编委会

主任：成思危

副主任：潘承烈 张文定 高建华

编委：（按姓氏笔画为序）

王礼平 王雪莉 文钊 付遥

刘明忠 邢以群 李平 李东汉

李雪峰 张德 张声雄 张晓彤

张炬搏 茅理翔 范英俊 胡圣云

柴寿钢 徐勇 章义伍

<<营销管理实战全案(上)>>

书籍目录

(上卷)

第一篇 营销调研

第一章 确定调研问题

第二章 制订调研计划

第三章 调研机构和人员的选择

第四章 收集第一手资料

第五章 收集二手资料

第六章 座谈式调研

第七章 问卷设计

第八章 抽样计划

第九章 数据分析及撰写报告

第二篇 营销策划

第十章 市场分析及竞争策略

第十一章 形象策划

第十二章 产品策划

第十三章 价格策划

第十四章 渠道策划

第十五章 促销策划

第十六章 服务策划

第十七章 整合策划

第十八章 营销策划管理

第三篇 品牌营销

第十九章 品牌定位与设计

第二十章 品牌宣传与推广

第二十一章 品牌更新与延伸

第二十二章 品牌危机与保护

第二十三章 品牌资产与评估

第四篇 产品定价

第二十四章 产品定价程序

第二十五章 选择定价目标

第二十六章 定价信息的收集及价格预测

第二十七章 产品成本与利润的计算

第二十八章 产品定价方法

第二十九章 产品定价策略

第三十章 典型行业定价

第五篇 促销管理

第三十一章 促销的目标与计划

第三十二章 促销组合与促销策略

第三十三章 促销与宣传

第三十四章 针对中间商的促销

第三十五章 针对消费者的促销

第三十六章 销售人员与促销

第三十七章 促销的预算与效果评估

第六篇 整合营销

第三十八章 分析整合营销市场机会

<<营销管理实战全案(上)>>

第三十九章 制定整合营销策略

第四十章 构建整合营销的内在支持框架

第四十一章 进行整合营销传播

第四十二章 推进整合营销实施

第四十三章 整合营销的评估

(中卷)

..... 第一篇 分销渠道管理 .....

第一章 制定分销渠道战略和政策

第二章 运用不同的分销渠道

第三章 设计分销渠道

第四章 进行渠道成员管理

第五章 进行渠道流程管理

第六章 进行渠道冲突管理

第七章 控制分销渠道

第八章 评估和改进分销渠道

..... 第二篇 区域市场的经营与管理 .....

第九章 区域市场的分析与开发

第十章 营销渠道的构建与管理

第十一章 区域广告的传播与管理

第十二章 营销队伍的组建与管理

第十三章 物流的控制与管理

第十四章 资金流的控制与管理

..... 第三篇 大客户销售 .....

第十五章 了解大客户

第十六章 识别大客户

第十七章 接近大客户

第十八章 赢得大客户

第十九章 培养大客户忠诚度

第二十章 大客户管理制度

第二十一章 大客户销售团队

第二十二章 商务谈判技巧

第二十三章 全面提升企业利润

(下卷)

..... 第一篇 建设和管理销售团队 .....

第一章 做好销售团队的整体组织规划

第二章 招聘到合适的销售人员

第三章 对销售人员做有针对性的培训

第四章 设计科学的薪酬制度

第五章 有效地激励销售团队成员

第六章 对销售人员的工作进行有效控制

第七章 对成员绩效进行客观公平的考核

第八章 处理好销售团队的日常事务

..... 第二篇 建立以客户为中心的营销体系 .....

第九章 销售定位：以客户为中心

第十章 客户购买行为分析

第十一章 企业环境分析

第十二章 客户需求的有效应对

<<营销管理实战全案(上)>>

第十三章以客户为中心的销售流程  
第十四章以客户为中心的销售技巧  
第十五章客户异议处理  
第十六章实现以客户为中心的销售自我管理  
..... 第三篇实用工具表单 .....

第十七章市场营销部的组织架构和责权  
第十八章市场调研管理  
第十九章营销策划管理  
第二十章销售管理  
第二十一章产品价格管理  
第二十二章促销管理  
第二十三章渠道管理  
第二十四章区域管理

<<营销管理实战全案(上)>>

编辑推荐

《营销管理实战全案(上):市场企划卷》由鹭江出版社出版。

<<营销管理实战全案（上）>>

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>