

<<赢在营销>>

图书基本信息

书名：<<赢在营销>>

13位ISBN编号：9787563922048

10位ISBN编号：7563922040

出版时间：2009-12

出版时间：杜慧慧 北京工业大学出版社 (2009-12出版)

作者：杜慧慧

页数：275

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>

<<赢在营销>>

前言

当今的市场，已经不是一个单纯的交易场所，它已经随着经济的发展和时代的进步成为一个满足消费者需求、提供商家竞争机会的平台。

这样的市场形势，决定了市场营销的重要性。

市场营销，简单地说，就是以满足市场消费者需求为目标展开的一系列经营活动。

在商品市场日益繁荣和企业竞争日益激烈的今天，市场营销已经成为各个商家取胜的法宝，可以说“无营销不市场”。

企业要想获得生存和发展，经营者必须懂得营销的技巧和知识。

了解一定的市场营销规律，掌握一定的营销策略和技巧，可以使经营者在市场中征战四方、所向披靡。

俗话说，“商海无情”，“商场如战场”，此言的确不虚。

商场中的竞争是残酷的，每个领域都存在诸多的竞争，而经营其中的一个失误、一个缺点，都可能成为竞争对手制胜的关键，导致你全军覆没。

在战场中获胜，你必须有出色的谋略和周密的部署，而且还要有随机应变的头脑，要小心谨慎、步步为营，否则，你就注定要在战场上打败仗。

同样，在商战中获胜，也需要对经营策略进行部署和谋划。

一个成功的军事家必然了解用兵作战的规律，也必然对各种军事策略运用自如。

在商战中，一个成功的企业家要想在众多的竞争对手当中脱颖而出，打赢市场这场仗，就需要和作战一样，要有谋略和部署，要了解作战的规律，运筹帷幄。

一个出色的企业家要有军事将领一般的智慧，要有军事将领一样的胆识。

在军事作战中，军事思想和作战兵书是实战的指导思想；在商场竞争中，市场营销思想就是商场作战的“商业思想”和“商场兵书”，它让你了解市场竞争的规律，教给你部署和谋略的思想与方法。

<<赢在营销>>

内容概要

无数失败的经验证明，不了解营销、不注重营销策略运用的企业根本无法在市场竞争中立足。在目前的市场条件下，提高和增强自身的实力与应变能力，运用各种适当的营销手段和策略是避免被淘汰的唯一方法。

市场的争夺日益激烈，正确而符合时宜的市场竞争方法越来越显得重要。

了解营销知识，是每个商家和经营者进入市场的前提与必备功课。

<<赢在营销>>

书籍目录

第一章 营销有道，财源滚滚——树立正确的营销观念顾客满意是企业之本以顾客为出发点培养顾客忠诚度关注形势，把握时机避开短处，充分发挥长处知彼知己，百战不殆第二章 确立目标，主动出击——确立市场方向和竞争策略如何切分“市场”大蛋糕选择正确的目标市场在消费者心目中确立明确的市场定位转换思维，扩大总市场积极防御，主动出击挑战市场领先者做一个市场追随者在劣势中打败对手第三章 技高一筹，优质优价——制定合理的产品战略选定方向，开发新产品抓住新产品的投放时机改进现有产品适时淘汰现有产品给产品准确定位非价格竞争策略的运用第四章 标新立异，推陈出新——打造独特的品牌优势拥有市场的唯一方法就是拥有品牌品牌的扩张法则维护品牌的信誉法则放弃品牌战略品牌的国际化之路第五章 张扬个性，扬长避短——利用强势的广告宣传重视广告宣传的作用提升广告的品牌形象发挥广告的情感效应发挥“新闻营销”的作用广告语言要精雕细琢广告的比较效应学会利用名人效应第六章 良好沟通，积极引导——全面开发客户资源尽量满足消费者的需求消除客户的疑虑善于倾听引发客户的情感共鸣避免与客户争论恰当地运用恭维语言“机不可失”能对客户产生巨大诱惑第七章 诚实守信，一诺千金——诚信经营赢得顾客天下没有白吃的午餐让客户无法拒绝你的要求诚实赢得顾客信赖信任不可或缺不把消费者当傻瓜答应客户就要努力做到第八章 优胜营销，超越对手——巧妙使用营销策略市场是可以创造出来的市场不拒绝后来者有思路才会有出路“差异化营销”的魅力经营无小事，细节决定成败拿人家的手短“色彩营销”的运用互补营销的妙用透过表面，挖掘市场商机第九章 提高素养，广结人脉——充分发挥推销员的功能推销员所应具备的个人素养永远保持激情坚定的自信心第一次拜访客户怎么做掌握提问的技巧从客户中挖掘潜在客户不可缺少的资料卡：建立你的人脉网络坚持不懈是成功的永远法则第十章 吸引客户，服务制胜——发挥服务营销的优势树立“服务第一”的意识微笑服务的重要性给顾客宾至如归的感觉尊重客户就是尊重自己了解消费者内心的需求个性服务，量体裁衣不可忽视的售后服务

<<赢在营销>>

章节摘录

可见，顾客是你的一笔财富，在现代市场营销当中，它和你所拥有的厂房、产品、设备甚至是经营理念一样，是你打败竞争对手，获得效益增长。

最终覆盖市场，赢得成功的关键。

而顾客的作用会更大一些，因为它决定着你所付出的一切能否得到预想的回报。

顾客手里有决定权和选择权。

顾客是你的生长根基和土壤。

失去了它。

你无以为继；而得到了它，你将所向披靡。

这就决定了你必须以顾客为出发点。

以顾客为出发点，就要去了解顾客的需求和爱好。

要拥有顾客，掌握和了解顾客的要求非常关键。

你了解他们需要什么，你才能生产出什么。

做到这一点并不容易，顾客的范围很广，这就决定了顾客的复杂性和多层次性。

顾客的需求和爱好是变幻不定的。

顾客的需要是随着很多因素变动而不停变化的，如年龄、文化、习惯、性格、心理等。

日本丰田汽车公司是当今世界最知名的汽车生产商，它生产的汽车行销世界20多个国家，获得了顾客的一致认可和好评。

而丰田公司能够获得今天如此大的市场覆盖率，拥有如此多的顾客，是和它“以顾客为出发点”的理念分不开的。

尤其是在20世纪60年代前后日本丰田汽车成功地打进美国汽车市场，甚至销售额超过了美国本土汽车，制造了营销界的奇迹，成为他们成功的转折点和重要一役。

但是很多人都不了解。

丰田公司在进军美国市场的过程中经历了很多波折。

<<赢在营销>>

编辑推荐

《赢在营销：做人打遍天下的营销高手》：解析真实案例，阐明营销本质，内容新颖实用，阅读轻松愉快。

新招？

秘招？

绝招？

管用的才是高招！

高手们不想让你知道的营销秘诀《赢在营销：做人打遍天下的营销高手》就是为那些希望成就一番事业的营销人员所准备的。

商场如战场。

战场靠先进的武器取胜，商场就要靠高超的营销手段来制胜！

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>