

<<营销黄金眼>>

图书基本信息

书名：<<营销黄金眼>>

13位ISBN编号：9787806971840

10位ISBN编号：780697184X

出版时间：2004-5

出版时间：海天出版社

作者：张良

页数：253

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>

<<营销黄金眼>>

内容概要

本套丛书通过对营销规划、营销战略、营销管理、营销方案执行、营销团体建设以及营销人员培训相关内容进行系统的阐述，并结合案例深入剖析，成为一套专业、系统的以营销经理人才培养为主题的实战丛书。

本套丛书采用了哈佛MBA案例教程方法，精心选择了国内外众多知名企业的正反面案例教程。理论与实战结合紧密，分析透辟，可操作性强，为国内企业解决市场营销问题提供了一套完整的金牌营销方案。

本套丛书重点培养读者的市场洞察力，以及规划能力、信息战的能力、整合营销的系统能力、营销企划能力、营销执行监控能力、营销团队的管理建设与激励能力。

本套丛书针对当前营销经理工作中的实际需要，进行了系统的理论总结和方法归集。适合营销人员、营销经理、企业总裁、中小企业创业者以及大中院校学生使用。

<<营销黄金眼>>

作者简介

张良，营销企业划师，毕业于对外经济贸易大学国际经济合作学院。
1993年就投身于营销与企业事业管理，2001年成为专业咨询师与经济分析师。

曾负责新加坡独资信息开发有限公司的产品开发，国营工程企业的海外投资项目规划，曾任深圳某软件公司的海外市场总监，担任共好集团行业研究中心总监及助理总裁数年。
现任大成咨询企划工作室董事总经理。

在产品开发、市场规划、营销企划、项目论证、组织管理等方面具有10多年的从业经验。

<<营销黄金眼>>

书籍目录

导言：哈磁健胃消食片盛极而衰的启示 第一章 找准摇钱树 ——如何寻找和选择商业机会 第一节 认清企业生存的基础石 第二节 市场选择的黄金法则 第三节 把握需求，打造一流产品——需求的周期更新与核心竞争力 第四节 盯住顾客消费需求的变化 第五节 打动上帝的技巧——顾客并不总是对的 第六节 晚飞的笨鸟——商业机会中的威胁 第七节 顾客随时会抛弃你——消费者价值最大化的追求永无止境 第八节 需求识别黄金眼 第九节 市场机会的寻找与选择 第二章 销售预测与市场前景预测 第一节 预测未来 第二节 战略预测 第三章 黄金眼需要完善的竞争情报体系 ——信息就是财富 第一节 能嗅到财富的人才能发掘所富——竞争情报的价值 第二节 信息系统的构建 第三节 商业情报的典型案例分析 第四章 抓住塑造市场的三大要素 第一节 聚集客户价值 第二节 抓住核心能力 第三节 构建合作网络 第四节 适应新营销范式的需求 第五章 营销重心与营销关键 第一节 营销终极目标——得润 第二节 善用资源——评估企业的能力空间 第三节 牢牢把握消费者——最重要的对象关系 第四节 分清敌我——借助伙伴力量 第五节 看清生存法则：停止创新就是死亡 ——营销中的产品与服务创新 第六章 掌握大趋势 读懂顾客心 第一节 科特勒谈国际营销行业的剧变 第二节 人生化消费时代的来临 ——服务的附加值将是企业增收的重要渠道 第三节 营销行业的大趋势 第七章 制胜基石 ——精心推出差异化的市场潜在产品或服务 第一节 制造差异化的产品与服务 第二节 设计畅销对路的产品或服务 第三节 打造产品的服务的三种方式 第四节 营造适当的价值主张 第八章 抓住顾客的方法与步骤 第一节 正确选择客户 第二节 发现/解决客户最关心的问题 第三节 如何让客户首先选择我 第四节 识别成功关键因素 第五节 如何寻找和选择独特卖点——同质化竞争的有力武器

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>