

《点击中国策划》

图书基本信息

书名：《点击中国策划》

13位ISBN编号：9787501764860

10位ISBN编号：7501764867

出版时间：2004-6-1

出版社：中国经济出版社

作者：孙德禄

页数：544

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《点击中国策划》

内容概要

《点击中国策划》推出的十大经典案例，以鲜活、生动、形象之全案，展示、体现告别昨天，超越今天，去创造明天的新做法，每篇皆有导语，有点评，既告诉您是什么，又告诉您为什么？这样，或许能触动您的灵机，给您以更深的启迪。

作者简介

孙德禄，著名策划人、评论家。198年起在国务院发展研究中心某所属部门从事国际战略研究，曾任“2000年中国十大策划专家”评委兼常务秘书长，2002年“中国策划十大风云人物”首席评委，现为中国策划研究院研究员，2003年“第二届中国策划大会暨著名策划评选活动”组委会秘书长，兼部分省市政府及数家大型企业战略咨询顾问、策划总监，并兼任《国际品牌联盟》杂志社总编辑、《中国品牌》杂志社社长、香港《中国策划》杂志主编、广电部《电影》杂志策划总监，现任人民日报海外版策划办公室主任。

书籍目录

第1篇 酒类策划

- 1 金士力为何成为2003年热门品牌
- 2 剑南春大手笔（上） “贵妃醉酒”智取15亿订单
- 3 剑南春大手笔（下） 克林顿文化中国行
- 4 燕京啤酒龙岩市场促销与广告策略

第2篇 药类策划

- 1 用3T营销模式武装中国健康产业
- 2 康农工程：一个农村合作医疗制度改革的新模式
- 3 竞争力的核心取决于企业资源半径 王老吉药业的神话
- 4 万生堂：您身边的健康银行

第3篇 地产旅游类策划

- 1 大城市都市群的商业核心的开发模式
- 2 完成不可能完成任务之商业版 平顶山贸易广场行销策划案

.....

第4篇 营销策划

.....

第5篇 创意类策划

.....

章节摘录

整合营销运用到白酒上来，以品牌管理、客户管理、客户服务为中心做营销战略转型，并提出厂商“双赢战略联盟”、“利益共同体”的新思路。可以说，这些营销新思维彻底改变了过去厂商之间纯粹的买卖式契约关系，从而使厂商一起以系统的思想建立营销战略下的创新销售手段，引入协销和渠道配销模式，以此来推进市场开发，从而让每一位经销商相信“与巨人合作，自己也可以成为巨人！”事后许多与会的媒体记者纷纷发表文章，表示对金士力酒业的未来前景非常看好，他们用这样一句话来形容现代白酒：“现代白酒金士力宛如日出朝阳，它必将冲中国传统白酒的重重樊笼，以创新的现代健康饮酒文化引领中国白酒消费的新时尚。”中国酒业新思维专家论坛的成功举行，是金士力酒在沈阳糖酒会上与众不同的一大亮点。同时，向进入金士力展厅的客人免费发送由我策划出版的《强势品牌与强势赢销》一书，借传播创新营销企划思想，讲解现代白酒金士力的创新发展案例，以思想传播和知识传播带动品牌文化传播，对金士力酒在糖酒会上的品牌塑造起了推波助澜的作用。

四、创新终端：会议营销打开市场在确立市场地位以后，我们改变了以往传统的酒业市场招商模式，采用营销新思维论坛的形式在全国各大城市召开了招商会。从2003年9月到12月我们先后在南京、合肥、郑州等召开了近20场论坛。论坛会以金士力酒业与当地省级代理商联合模式，邀请当地政企精英、当地及周边优秀经销商和媒体，共同探讨营销之道。通过论坛会，我们不仅向外界诚招经销商还对金士力酒和其所倡导的现代白酒文化做了宣传使到场嘉宾不仅了解了金士力还听到了一场专家对当前中国酒业市场营销新思维的精辟阐述。以第三角度新思维为主题的营销论坛取得了巨大的成功，论坛会场场爆满。金士力所到之处无论是商界、政界还是新闻媒体都给予了极大的关注。例如，在南京论坛期间《南京日报》、《金陵晚报》、《南京晨报》等媒体就相继以《营销名人，来宁“布道”》，《金士力现代白酒带来中国酒业新思维》等标题对论坛会进行新闻报道。在短短的几个月内，金士力酒在全国各大城市的商界、政界及新闻界取得了各种赞誉，金士力的现代饮酒文化在全国得到普及。经过一段时间的整合营销传播，金士力酒招商工作在全国范围基本完成。

《点击中国策划》

编辑推荐

《点击中国策划》由中国经济出版社出版。

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：www.tushu000.com