

《营销的"营"与"销"》

图书基本信息

书名：《营销的"营"与"销"》

13位ISBN编号：9787111467795

出版时间：2014-7-15

作者：匡洪学

页数：243

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

《营销的"营"与"销"》

内容概要

编辑推荐

《营销的"营"与"销"》编辑推荐：在“营”和“销”方面，企业家可以不知道怎么做，但必须知道应做什么，并决定在什么时候做什么。市场部门人员不但要知道应该做什么，而且必须知道应该怎样做，并能平衡短期销售和长期品牌建设的关系。销售部门人员要是能从市场的角度去销售，那么结果将迥然不同。营销需要解决的核心问题：卖给谁——定义核心目标顾客群；买什么——找出核心顾客群的核心买点；谁来买——研究产品使用者和购买者；卖什么——提炼产品的核心卖点；谁来卖——组建销售团队和寻找代理商；在哪卖——选择销售场所；多少钱——制定价格策略；告诉他——告诉购买者；持续买——重视品牌建设；我对谁——列出竞争对手；我学谁——树立学习标杆。

《营销的"营"与"销"》

作者简介

作者简介

匡洪学，澳大利亚LA TROBE（拉筹伯）大学MBA，先后就职于世界500强公司、营销顾问公司、传媒投资公司、传媒公司，并先后担任销售经理、产品经理、推广经理、品牌经理、市场部经理、市场部总监、策划总监、营销顾问、投融资总监、管理中心总监、总裁助理、营销副总裁、执行总裁等职务。曾服务过的企业：山工机械、大庆大丰、中青旅控股、宁城老窖、北大药业、金士力酒业、东风康明斯、德国Bitburger（碧特博格）啤酒、Erdinger（艾丁格）啤酒、美国WM、金锣集团提能、三和（集团）连锁酒店、瑞朗家纺、宝龙国际饭店、天宇鹿业、心清相明海雾茶、倍立健保健内衣、5369牦牛肉等。

书籍目录

前言

第一章 营销的“营”与“销”

营销的价值

营销的核心内容

“营”与“销”

营销部架构

实操项目简介

第二章 “心清相明”海雾茶项目

项目背景

项目研究

研究成果

品牌名称诞生

卖给谁

买什么

卖什么

标志设计

广告语

品牌屋

产品规划

在哪儿买

宣传推广

第三章 “5369”牦牛肉项目

项目背景

项目调研

研究成果

卖给“谁”

买什么

卖什么

广告语

“5369”的品牌屋

产品规划

在哪儿卖

产品包装更改

宣传推广

第四章 华商TV项目

项目背景

项目研究

高度总结和提炼

核心特征的升华

以定位为核心的包装

给企业带来八大核心利益

定位的延展和升级

推广方面——如何快速利用华商TV

定位的概念理解

第五章 “倍立健”项目

项目背景

项目调研

《营销的"营"与"销"》

卖给谁
买什么
卖什么
广告语
品牌屋
产品包装
宣传推广
第六章 黑枸杞项目
项目背景
核心问题及核心工作
项目研究
品牌名称诞生
卖什么
卖给谁
买什么
品牌屋
标志设计
广告语
产品策略
价格策略
包装设计
在哪儿卖
宣传推广
第七章 品牌建设
品牌是什么
品牌也是人
品牌建设中的几点注意事项
第八章 调查研究
问题提出
研究公司根据以上内容成立项目组、确定工作计划及
关键时间点
问卷设计
确定及寻找目标对象
调查执行
调查报告
第九章 ×××品牌市场计划书
“空降兵”和企业原有力量的冲突
企业自己营销部门的工作
×××品牌市场计划书模板
后记

《营销的"营"与"销"》

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