

《工业品市场部实战全指导》

图书基本信息

书名：《工业品市场部实战全指导》

13位ISBN编号：978751581134X

出版时间：2014-11

作者：杜忠

页数：221

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

《工业品市场部实战全指导》

内容概要

作为工业品市场人，你是否经常面对“理想丰满，现实骨感”的现状而无奈和彷徨？当你满腔热血要一展抱负时，却常常深陷于部门定位和职能界定不清的泥淖而无法自拔。你是否忙前忙后努力工作，却始终得不到领导和同事的认可，总是被认为是花钱的部门呢？

市场部与销售部有何区别？

工业品企业的市场部有何特殊之处？

市场部有企划和创意、设计和制作、媒体和网络、公关和活动、渠道和客户五大职能，它们都是怎样具体运作的？

企业发展阶段不同，市场部的作用也不同，应该怎样建设和管理市场部？

工业品市场部人员有怎样的职业发展路线？

你手上的这本书，正是为标本兼治、解决上述“疑难杂症”而写！

书籍目录

上篇 市场部的五大职能

第一章 什么是工业品市场部

第一节 市场部VS销售部

第二节 工业品市场部的独特之处

第三节 五大职能撑起市场部

第二章 职能1：企划和创意

第一节 市场调研和情报分析

第二节 产品线管理和优化

第三节 品牌规划和管理提升

第三章 职能2：设计和制作

第一节 点睛之笔 为企业代言

第二节 为销售精英准备行装

第三节 媒介信息策划和撰写

第四章 职能3：媒介和网络

第一节 媒介平台设计与搭建

第二节 媒体合作项目与评估

第三节 工业品网络营销实战

第四节 工业品新媒体互动营销

第五章 职能4：公关和活动

第一节 公关，让品牌起飞

第二节 展会，四两拨千斤

第三节 技术研讨会和交流会

第六章 职能5：渠道和客户

第一节 销售支持和管控

第二节 经销商支持和管控

第三节 客户关系维护与提升

下篇 市场部建设与管理

第七章 工业品市场部如何创建

第一节 为什么需要市场部

第二节 创建市场部的最佳时机

第三节 谁来领导工业品市场部

第四节 市场部工作如何开展

第八章 部门规划与管理

第一节 部门管理与考核

第二节 业务管理与过程控制

第九章 人员选用与成长

第一节 员工招聘与培训

第二节 团队管理与绩效提升

第三节 市场人职业发展路线图

《工业品市场部实战全指导》

精彩短评

1、好像没太多干货。

《工业品市场部实战全指导》

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