

# 《成功企业营销策划与实施典范》

## 图书基本信息

书名：《成功企业营销策划与实施典范》

13位ISBN编号：9787800017490

10位ISBN编号：7800017494

出版时间：1996-08

出版社：企业管理出版社

页数：1322

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](http://www.tushu000.com)

## 书籍目录

### 总目录

#### 第一篇 成功企业市场营销策划典范

##### 第一章 成功企业房地产销售策划典范

###### 第一节 润豪大厦销售策划方案

###### 第二节 润豪物业“新娘广场”销售策划方案

###### 第三节 润豪物业“南港地盘”营销策划方案

##### 第二章 成功企业家电产品销售策划典范

###### 第一节 润豪家电公司进口空调机上市策划方案

###### 第二节 润豪家电公司“接力大搬家”促销活动策划方案

###### 第三节 润豪家电公司97年度全国经销商大会暨新产品推广策划方案

##### 第三章 成功企业日用品销售策划典范

###### 第一节 润豪牌洗发水新产品上市策划方案

###### 第二节 润豪牌净水器上市策划方案

##### 第四章 成功企业产品展示活动策划典范

###### 第一节 97年度润豪牌汽车音响产品展示会策划方案

###### 第二节 润豪厨具行联合展销会策划方案

###### 第三节 润豪牌化妆品上市第一次美容活动策划方案

##### 第五章 成功企业新产品开发策划专题典范

###### 第一节 新产品（手提录音机）的开发策划方案

###### 第二节 新产品（洗发水）开发研究方案

##### 第六章 成功企业营销定位方案典范

###### 第一节 百货市场营销定位策划方案

###### 第二节 快餐连锁市场营销定位策划方案

###### 第三节 运动鞋市场营销定位策划方案

###### 第四节 空调机市场营销定位策划方案

###### 第五节 碳酸饮料市场营销定位策划方案

##### 第七章 成功企业营业计划策划典范

###### 第一节 营销计划制定典范

###### 第二节 年度营业计划策划典范

#### 附一：营销策划指南

##### 第二篇 成功企业市场调查分析典范

##### 第一章 成功企业市场调查报告典范

###### 第一节 润豪牌磁砖市场调查分析报告

###### 第二节 润豪家电公司手提电视机市场调查报告

###### 第三节 润豪食品公司鸡产品市场调查报告

##### 第二章 成功企业市场问卷调查典范

###### 第一节 产品问卷调查表

###### 第二节 市场调查问卷

###### 第三节 新产品上市问卷调查表

###### 第四节 中间商市场调查分析表

###### 第五节 竞争对手情报调查分析表

#### 附二：市场调查与市场分析指南

##### 第三篇 成功企业营销管理典范

##### 第一章 成功企业营销管理制度典范

###### 第一节 营销管理制度

###### 第二节 直销管理制度典范

###### 第三节 传销管理制度典范

- 第四节 连锁店管理制度典范
- 第五节 特约店、代理店管理制度典范
- 第六节 货款回收管理制度典范
- 第七节 售后服务管理制度典范
- 第八节 营销情报与资料管理制度典范
- 第二章 成功企业营销管理方法典范
  - 第一节 营业管理方法典范（一）
  - 第二节 营业管理方法典范（二）
  - 第三节 经销商管理方法
  - 第四节 营销状况分析诊断方法
- 第三章 成功企业营销管理表格典范
  - 第一节 市场分析表格
  - 第二节 营销策划表格
  - 第三节 营销管理表格
  - 第四节 营销分析表格
  - 第五节 客户管理表格
  - 第六节 营销报表
  - 第七节 10种代表性行业专用营业日报表
  - 第八节 销售单据
  - 第九节 货品管理表格
- 第四篇 成功企业营销人员管理典范
  - 第一章 营销人员组织制度与管理典范
    - 第一节 现代企业营销组织系统典范
    - 第二节 营销公司人事管理规章制度典范
    - 第三节 销售员标准作业手册（贸易公司）
    - 第四节 销售人员工作手册
    - 第五节 营销公司工作人员晋升管理制度
    - 第六节 营销公司差旅费管理制度
    - 第七节 营销公司的员工考核管理制度
    - 第八节 营销突击队组织与管理
  - 第二章 销售管理人员手册典范
    - 第一节 销售经理管理手册
    - 第二节 分公司经理管理手册
    - 第三节 行销管理手册
    - 第四节 销售促进管理手册
- 第五篇 成功企业营销人员培训典范
  - 第一章 成功企业营销人员培训手册典范
    - 第一节 润豪电器推销干部训练手册
    - 第二节 营销人员规范用语手册（一）
    - 第三节 营销人员规范用语手册（二）
    - 第四节 营销人员规范礼仪手册
    - 第五节 营销人员商品认识手册
    - 第六节 营销人员顾客态度对应练习手册
    - 第七节 营销人员测试手册
  - 第二章 成功企业营销人员培训教材典范
    - 第一节 消费品工作人员培训教材
    - 第二节 工业品工作人员教育培训教材
    - 第三节 百货公司营业员培训教材
    - 第四节 百货公司新进销售员培训教材

- 第五节 百货公司专柜小姐培训教材
- 第六节 农药公司推销员训练教材
- 第六篇 成功企业营销策略典范
- 第一章 经销商促销策略
- 第一节 经销商年度奖励办法
- 第二节 经销商“短期促销”办法
- 第三节 分期付款推销策略
- 第四节 经销商联谊会
- 第五节 对经销商支援办法
- 第二章 新产品促销策略
- 第一节 新产品作业流程
- 第二节 新产品上市计划
- 第三节 产品多样化策略
- 第三章 拓展策略销售渠道
- 第一节 专售陈列柜设置办法
- 第二节 销售渠道的拓展与奖励办法
- 第四章 消费者促销策略
- 第一节 消费者竞赛促销活动范例
- 第二节 赠奖活动
- 第三节 塑造公司形象活动
- 第七篇 成功企业广告策划与实施典范
- 第一章 成功企业广告策划典范
- 第二章 成功企业广告实施典范
- 第三章 广告计划方案编拟指南
- 第八篇 成功企业经典营销范例
- 第一章 产品表达策略
- 第一节 国民收银机公司
- 第二节 “小小麦”麦片粥
- 第三节 威思克清洁剂
- 第二章 搭配名牌策略
- 第一节 迪克斯纸杯
- 第二节 靠得住卫生棉
- 第三节 史密诺夫伏特加
- 第三章 大众认同能力的正确评估
- 第一节 爱玛微波炉
- 第二节 绿巨人碗豆
- 第三节 波斯坦小麦咖啡
- 第四章 产品准确定位
- 第一节 海尔斯药根啤酒
- 第二节 七喜饮料
- 第三节 万宝路香烟
- 第五章 包装准确定位
- 第一节 桂格燕麦
- 第二节 救生圈薄荷糖
- 第三节 优普莱酸乳
- 第四节 乳皂
- 第六章 销售地点的正确判断
- 第一节 吉宝婴儿食品
- 第二节 天美时手表

第三节 塔伯家庭用品

第七章 价格的准确定位

第一节 胜家缝纫机

第二节 巴巴索刮胡膏

第三节 库里甘硬水软化器

第八章 赠送品的正确利用

第一节 箭牌口香糖

第二节 克拉夫特乳酪

第三节 桂格米果

第四节 上品饼干

第九章 稳健的促销行动

第一节 凡士林软膏

第二节 维克斯药膏

第十章 宣传力量的利用

第一节 洁蜜玛妈妈煎饼

第二节 施力兹、白威啤酒

第三节 “纸友”牌原子笔

第十一章 售后服务的作用

第一节 修文 威廉斯油漆

第二节 柯曼灯具

第十二章 持之有恒的策略

第一节 乌眼牌冷冻食品

第二节 帮宝适纸尿裤

# 《成功企业营销策划与实施典范》

## 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](http://www.tushu000.com)