

《破解企业市场营销风险》

图书基本信息

书名：《破解企业市场营销风险》

13位ISBN编号：9787506431538

10位ISBN编号：750643153X

出版时间：2005-1-1

出版社：中国纺织

作者：吕叔春

页数：340

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

《破解企业市场营销风险》

内容概要

营销是企业运营的一个重要环节，是一个企业管理的终端内容，也是最重要的内容。它关系到企业决策的成败，更是企业管理者水平的最直接表现。许多成功的企业都是营销做得好的企业。

营销可以说是一个企业好坏最直接的证明，许多企业花费大量的人力、物力投入到市场营销，但就是老在这张“证明”上栽跟头。决生可以由你自己决定，但营销却是多方面的，不是你自己说了算的，其中最重要的就是市场的真正需求，把握这个才能成功。

本书指出了营销中最常见的十种风险，精确分析了风险发生的原因，并结合营销成功案例，给出了行之有效的解决方案，集专业化和通俗化于一身，内容丰富，实用性强，是一本可读又不拗口的营销读物。

《破解企业市场营销风险》

书籍目录

- 第一章 营销战略风险：没有目标市场，无的放矢搞营销
 - 第二章 产品研发风险：产品早已过时，还在拼命叫卖
 - 第三章 品牌战略风险：只图一时赚钱，忽视品牌塑造
 - 第四章 渠道设计风险：渠道层层加价，顾客怨声载道
 - 第五章 经销商管理风险：合作对象选不好，销售渠道难理顺
 - 第六章 产品沟通风险：偏爱广告轰炸，促销组合单一
 - 第七章 销售管理风险：管理散漫失顾客，销售队伍不精干
 - 第八章 关系营销风险：公关方式不到位，各路关系理不顺
 - 第九章 需求调查风险：市场调查嫌麻烦，消费心理搞不清
 - 第十章 营销策划风险：策划不到位，营销控制没落实
- 参考文献

《破解企业市场营销风险》

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