

《营销人生存手册》

图书基本信息

书名：《营销人生存手册》

13位ISBN编号：9787806008621

10位ISBN编号：7806008624

出版时间：2004-1

出版社：京华出版社

作者：刘永炬

页数：322

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

内容概要

前言：

写这本书，我的初衷是希望给有过几年营销实战经历的人一些参考，以便让其能从自身的工作实践中获得收益。在写作的过程中主观愿望总是希望把问题写得全面、全面、再全面，这样一来，反而把很多问题阐述得过于具体。其实，我的本意只是希望把营销的问题说清楚，使很多在市场上混淆的营销概念得以清晰。

很多理论性的书籍也在总结和归纳实战中的流程和概念，但经过纯理论的归纳，有些就变成元素之间的关系论证了，大家读起来感到更加的困惑和不解。问题的关键是，元素之间的关系代表不了实际的工作流程，也不能说明我们工作目标的达成结果，所以，把营销的工作流程和操作方法进行归纳就成了这本书的主旨，而针对的对象当然是在市场一线的营销人员。

由于日常工作很忙，写这本书的时间基本都是在晚上，难免有思维本清晰的时候，但为了让更多进入营销领域的朋友少走些弯路，让市场上的营销理念更加清晰，让更多的人能够分清楚营销中的对错关系，我还是努力写完了这本书。

最近两年，我更多的是从事企业策略性的问题诊断和高管人员的培训，对一些基础的销售技巧问题接触有限，所以这本书较少地涉及到这方面的问题，更多的是传授方式和方法，我真心地希望这本书给读者带来的更多的是应用上的帮助。

《营销人生存手册》

作者简介

刘永炬，国家注册高级管理咨询顾问。清华、北大、社科院研究生院等多所著名大学、MBA、EMBA特聘教授中国广告协会学术委员会委员。20余年市场一线营销企划和市场推广工作经验大型广告公司策划总监、总经理等5年经历跨国公司、合资企业市场经理、销售经理、企划总监、销售总监、市场总监等6年经历国有企业、民营集团企业、股份公司营销副总、总经理等多年经历从事营销咨询以来成功主持及参与了近80家企业的企划及咨询工作著有中国市场实践操作营销图书12部近200场演讲和培训。

《营销人生存手册》

书籍目录

前言 这本书能给你什么？第一部分 实战营销常用名词产品常用名词产品常用名词销售常用名词推广常用名词 管理常用名词第二部分 定位与概念第一章 市场营销的概念什么是市场营销市场营销的核心概念是什么市场营销与销售的区别营销中的市场需求潜量和规模市场营销管理第二章 定位与产品设计第三部分 市场调研与市场分析第四部分 启发需求的工作内容第一章 谁来做启发市场需求的工作第二章 如何做启发市场需求的设计与实施第三章 推广中的广告利用第四章 推广中的促销及促销活动第五章 推广策略与管理第五部分 满足需求的工作内容第一章 谁来负责满足市场需求的工作第二章 选择合适的渠道成员帮助完成满足的工作第三章 渠道评估和渠道政策设计第四章 渠道的终端控制与终端展示第五章 让销售工作更规范和有效

《营销人生存手册》

编辑推荐

中国7000万营销人每年淘汰率高达25%，市场竞争的残酷，把很多前期拓展市场的营销先驱们推向自由人的行更，更多的营销新锐蜂拥而起，延续着固化的营销老路。面对快速发展、竞争残酷的市场，营销人只有迅速武装自己，才能生存、发展销售人员不懂市场，市场人员不懂销售的现状，已经制约了广大营销人的发展。

《营销人生存手册》

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