

# 《目标市场》

## 图书基本信息

书名：《目标市场》

13位ISBN编号：9787532372133

10位ISBN编号：7532372138

出版时间：2003-9

出版社：上海科学技术出版社

作者：国际金融公司中国项目开发中心 编

页数：81

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)

# 《目标市场》

## 内容概要

将组成市场的不同群体找出来，然后为市场的某一特定群体开发产品，这一特定群体就被称这为“目标市场”。

要取得商业上的成功，企业就必须确定它们服务的目标市场。

本书集中介绍如何细分市场和如何选择合适的目标市场。企业可以利用这一选择来为产品定位并树立适当的企业形象。

本书的主要目的是要告诉读者，怎样才能定义和细分市场，以便企业确定其服务的目标市场。本书将：

描述市场细分给企业和购买者带来的利益。

阐明购买者的差异是所有市场细分的基础。

描述细分市场的方式。

阐述如何选择一群购买者，使之成为企业一切营销活动的目标。

描述最通用的市场覆盖战略并列举正确选择市场覆盖战略的方法。

本书为其他中小企业营销活动提供了重要的基础。这些活动包括产品设计与开发、定价与定价策略、关系管理、促销与广告等。

目标

读完本书之后，你就能更好地做到以下几点：

- 1、定义市场，并解释市场细分及其好处。
- 2、区别市场细分、目标市场和市场定位。
- 3、描述细分消费者市场的四种方式和细分企业市场的五种方式。
- 4、列出有效细分市场的四项特征。
- 5、指出三种市场覆盖策略以及影响它们的因素。
- 6、列出选择市场覆盖策略时应当考虑的五个因素。

# 《目标市场》

## 书籍目录

本书概述 目标A 市场细分 市场细分、目标市场选定和市场定位 细分消费市场 细分企业市场 如何有效地细分市场B 选定目标市场 无差别营销 差别营销 集中营销 选择市场覆盖策略案例1 成都兴达公司C 复习D 实战计划 什么是实战计划 怎样制定实战计划 实战计划有何用途附录A 参考答案附录B 术语表

# 《目标市场》

## 媒体关注与评论

书评为了在竞争的世界中求得生存，确定您的关键目标市场（细分市场），并集中运用公司有限的资源最有效地服务于该市场是至关重要的。通过学习本书，您将能够学会：1.区分市场细分、目标市场以及市场定位；2.使用四种方法细分消费者市场，五种方法细分企业市场；3.确立有效市场细分的标准；4.识别三种市场覆盖战略以及选择市场覆盖战略时需要考虑的五个因素。

# 《目标市场》

## 编辑推荐

为了在竞争的世界中求得生存，确定您的关键目标市场（细分市场），并集中运用公司有限的资源最有效地服务于该市场是至关重要的。通过学习本书，您将能够学会： 1区分市场细分、目标市场以及市场定位； 2使用四种方法细分消费者市场，五种方法细分企业市场； 3确立有效市场细分的标准； 4识别三种市场覆盖战略以及选择市场覆盖战略时需要考虑的五个因素。

# 《目标市场》

## 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)