

《构建战略终端》

图书基本信息

书名：《构建战略终端》

13位ISBN编号：9787115189929

10位ISBN编号：7115189927

出版时间：2008-12

出版社：人民邮电出版社

作者：雷源

页数：203

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

《构建战略终端》

内容概要

《构建战略终端》从移动互联网与商业相结合的角度出发，以解决商业中难以解决的客户互动问题为切入点，阐述了如何在战略和终端条件不变的情况下，连接品牌与消费者，迅速提升终端执行力，不断改善品牌的影响力，帮助商家建立自己的忠诚客户群体。《构建战略终端》所讲述的内容对于需要长期持续、稳定、发展和壮大的企业来说，是一种全新的商业经营思维。

《构建战略终端》

作者简介

雷源，1977年出生，陕西西安人研究方向：

实现移动互联网入口与商业、营销、战略、品牌、终端及消费者的结合，全面解决商业互动问题。

横跨多个行业和领域。围绕商业发展提供支持，简化商业运营过程，降低企业经营风险，实现盈利和持续盈利。

特长：

移动互联网与商业结合的应用教育，解决商业发展中的3个瓶颈：连接、传播和互动。

实现商业中的3种连接：战略到终端、消费者到品牌、移动营销到传统营销。

作品：出版《构建战略终端》、《撮合营销技术》、《销售智慧宝典》攻略和守略两卷；设计和主讲课程《移动互联网改变商业未来》。

联系方式：MSN：rich.2010@hotmail.com

《构建战略终端》

书籍目录

第一章 审视盈利模式 中国市场机会 第二章 找准盈利机会 构建战略终端 第三章 重建思维模式 企业圈地运动 第四章 连接价值平台 实现战略终端 第五章 整合多种资源 实现商业互动 第六章 创新广告思维 媒体重新塑造 附录 商业互动营销 课程认证计划

第一章 审视盈利模式 中国市场机会 中国众多中小型企业的现状 一夜之间，传统商业的竞争变得更加激烈了！生产是为销售而准备的，多元化的中国市场中许多行业产品的特殊性决定了销售的特殊性，受市场流通和诸多因素的限制，销量只能在一定的范围内徘徊波动，无法突破销售业绩提升的瓶颈，同时受外界偶然变化因素影响太多，企业无法实现持续的提升，又常常陷入行业价格战的恶性循环之中，不能自拔。然而优秀品牌的销售量呈稳定的增长趋势，通过稳定地掌控终端和顾客，增强和优化品牌传播力度，增强与顾客的深度互动，最终实现市场占有率、品牌知名度和销售额的持续增长。中国企业发展过程中的特殊性，使企业在任何成熟的战略中都难以找到直接适用的模型。中国企业的销售大多只是实现了从生产领域向流通领域的转移，并没有使流通领域的产品实现向消费领域的转变，只能通过区域市场的经销商来实现销售。在这种情况下，上下游只是一味地注重产品利润最大化，在最短时间内挣更多的钱，根本不考虑品牌在市场的长期发展，不愿意为品牌建设投入，甚至过分透支品牌在当地市场的生命力。许多企业为了保持自身产品的产销收支平衡，必须解决巨大的产能压力，一味地注重销量，没有预留足够的利润空间去操作品牌和市场，因此无法掌控终端。价格战使企业在产品的研发空间和品牌建设方面资金严重不足，而品牌的健康培育和成长，需要足够的利润空间，才能延续发展壮大。更多企业因为经营的短期思路高于一切，将“圈钱”作为企业的重要目标，因此在本书中，我们将与大家一起重新审视行业、企业、市场、品牌、终端和执行，帮助企业建立对产品持续创新、塑造高端品牌形象、建立长期可持续发展精耕细作的终端市场而共同努力。

精彩短评

1、营销连环画...

《构建战略终端》

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