

<<图解市场营销>>

图书基本信息

书名：<<图解市场营销>>

13位ISBN编号：9787030344830

10位ISBN编号：7030344839

出版时间：2012-6

出版时间：科学出版社

作者：纲渊阳二

页数：184

字数：188000

译者：康艳梅

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：<http://www.tushu007.com>

## <<图解市场营销>>

### 内容概要

本书从市场营销的流程、营销人员的工作内容、市场营销战略、产品的生命周期、广告战略和品牌战略等方面入手，对市场营销的理论知识及实战技巧进行了详尽的解说，帮助读者在实际的经济活动中有效利用市场营销的各种战略。

本书是市场营销的入门读物，适合商界人士、大中专院校学生，以及一般读者阅读。

利用图解，“市场营销”概念一目了然！

热销商品解析，迅捷把握营销实战技巧！

<<图解市场营销>>

作者简介

无

## &lt;&lt;图解市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

PART 1 何谓市场营销1.市场营销是什么2.产品从策划到销售的流程3.回顾市场营销简史4.营销人员工作简介 (把握市场)5.营销人员工作简介 (策划与研发产品)6.营销人员工作简介 (市场开发)7.营销人员工作简介 (售后工作)8.销售与市场营销的区别专栏 第5个P、第6个PPART 2 市场营销的基础与流程1.市场调查是市场营销的大前提2.开发技术与需求何者优先3.了解市场营销流程4.制定何种市场营销战略5.如何收集市场数据6.市场环境分析 (顾客分析)7.市场环境分析 (竞争对手分析)8.市场定位(与竞争对手的差别化)9.如何实践市场营销综合战略10.营销战略调整专栏 何谓DIDO效果PART 3 制定产品战略1.如何开发畅销产品2.命名与包装的方法3.产品生命周期4.产品生命周期的长短5.了解产品开发流程6.产品分类——何谓“产品”7.产品的市场定位8.何谓“品牌”9.品牌的本质10.国有品牌与自有品牌的区别11.品牌战略案例分析专栏 波士顿PPM与麦肯锡PPMPART 4 制定“价格战略”1.市场营销与价格的关系2.价格决定因素 3.价格决定因素 4.如何向消费者传达“公平价格”5.价格与消费者心理的关系6.关于打折甩卖7.挑衅性的价格战略8.何谓IT市场的鸿沟9.顾客满意度(CS)考察10.关于价格弹性11.价格管理与反垄断法专栏 开放价与价格大跌PART 5 制定流通战略1.何谓流通2.流通机构与流通渠道3.流通渠道的功能4.生产商的营业与批发、零售的关系5.批发商的未来6.零售店的特征与未来7.多层次方式与特许加盟方式8.构建何种流通渠道9.何谓垂直市场营销系统(VMS)10.直销、通信销售的未来发展11.如何加强信息流通专栏 Google实现市场营销PART 6 制定促销战略1.促销的目标2.AIDMA法则与促销战略3.促销战略的方法4.制定促销预算草案5.如何制定广告战略6.广告的功能与目的7.种类繁多的广告战略8.如何实现媒体综合9.网络媒体的可能性10.符合商品生命周期的广告11.如何制作促销(SP)广告12.如何开展推销或促销活动专栏 如何免费销售

## &lt;&lt;图解市场营销&gt;&gt;

## 章节摘录

价格战略（PART4） 价格战略是与产品形象紧密相关的重要战略。本身很高级的产品如果价格太便宜，反而会给消费者一种不信任感。

同样，明明很便宜的东西如果标价过高，就根本销售不出去。

价格战略也是决定何种价格对消费者更合适的一种战略。

商品价格并不单单由成本决定，还需要准确把握它与消费者的价格观念之间的关系。

何谓市场流通战略（PART5） 第3个P，流通（Place）也指代市场，在口语中，既可以将该战略称为流通战略，也可以称为市场战略。

简单来说，流通战略就是在特定的时间、特定的地方准备好一定量产品的战略。

现阶段采用了最先进流通战略的是便利店。

便利店几乎没有库存，而是采取商品一到货就马上陈列上架、一旦售罄就立即追加订货的体系。

并且，便利店还会根据当地的气候、气温、时间、周边居民的年龄构成等要素，反复探讨当天的进货品种。

那么，“市场（Market）”具体是指什么样的“场所”呢？

说到“市场”，我们可以联想到“蔬菜水果批发市场”、“鲜鱼市场”，也可以联想到“证券交易市场”。

但是，这些都是在流通过程中的实体市场，而市场营销中的“市场”是一个比较抽象的概念。

在日常生活中，我们肯定听过这样的说法，如“银发市场的规模大概这么大”、“建筑市场呈现出一派兴旺的景象”，然而实际上银发市场这个场所并不存在，它只是一个概念上的市场。

与“蔬菜水果批发市场”不同，“银发市场”既可以指代向中老年人提供商品的生产商和经销商，也可以指代“银发”中老年人这个群体。

不管怎样，市场无疑是买方、卖方聚集的地方。

任何市场都有生产商、经销商、消费者，并且这三者之间进行着各种各样的交易。

这就是市场。

如何把握这个市场是市场营销的一个重大课题。

促销战略（PART6） 促销战略是让消费者知晓这种商品并且激起消费者购买行为的战略。促销战略主要包括广告、商品的陈列方式及商品讲解等内容。

.....

## <<图解市场营销>>

### 编辑推荐

纲渊阳二编写的《图解市场营销》是钻石社《图解经济结构》和《图解经营结构》的系列书之一。该书从商品的生命周期、营销过程、营销员的工作、营销战略、广告战略和品牌战略等各个方面，从基础到实践，利用最新的手段进行了详尽的解说。

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:<http://www.tushu007.com>