

<<营销策划技能案例训练手册>>

图书基本信息

书名：<<营销策划技能案例训练手册>>

13位ISBN编号：9787111182092

10位ISBN编号：711118209X

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业出版社

作者：郑方华

页数：352

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>

## &lt;&lt;营销策划技能案例训练手册&gt;&gt;

## 前言

市场营销是现代企业经营管理中使用频率最高的词汇之一，也是涉及面最为广阔的经营管理活动。通过市场营销活动所产生的经济效益和社会效益，不仅是企业生存必不可少的，也是整个社会经济健康运行与发展不可或缺的。

随着商品经济的高度发展和人们认识水平的逐渐深化，市场营销也由实践上升为理论，成为一门集理论与实践于一身的现代经营管理科学。

从特征上看，市场营销是由一系列相关理论构成的完整理论体系。它把市场环境分析、需求分析、战略管理、产品、价格、渠道、促销等营销组合以及现代组织与控制方法等理论统一到同一学科体系之下。

这一体系广泛吸收和借鉴了经济科学、行为科学、现代管理理论等相关学科的知识，集合了营销战略、策略、方法、技巧等多方面的知识技能，强调运用科学的研究方法，深入研究以满足消费者需求。

当然，市场营销也是一门立足于实践的应用性科学。在现代企业经营中，市场营销已成为企业家和各级经营管理人员，当然也是我们营销策划人员手中的利器，在确立经营理念、分析市场环境、选择目标市场、明确市场定位、制定营销战略、配置营销组合等方面发挥着切实而有效的作用。

大量实践证明，凡是遵从和应用现代市场营销理念与方法的企业，在瞬息万变的市场环境和激烈复杂的市场竞争中，就能够做到随机应变、临危不乱、以小搏大、以强制胜，牢牢掌握竞争的主动权，始终占据优势地位。

《营销策划技能案例训练手册》是从专业职能的角度对市场营销这门学问进行的深度概括，立足于从理论以及实践应用的角度，对从事营销策划的职业人员进行系统的训练。

本书突出反映了如下特征：首先，在图书结构上为读者展示了营销策划的完整技能领域。专业化的营销策划包括营销战略的设计、营销定位策略的选择、营销组合策略的选择、品牌管理以及营销推广等领域。

本书以此为线索，完整地提炼了各个领域的职能要素，或者说岗位技能。

通过本书，读者可以充分地了解营销策划的职能要求。

其次，在图书的内容上，本书采用了主题与案例并行的方式，强调寓“理”于“景”，生动地阐释主题意旨。

在本书中，“主题”是营销策划的技能要点，本书为每个主题精选了成功的或失败的著名案例。

案例可以让人举一反三，引发我们更深层次的思考，是领会主题的一个捷径。

再次，突出强调了技能的可获得性。

我们说，市场营销是一门应用性很强的实用科学，我们了解理论知识也是为了获得应用方法的认识，并且最终要落实到“做什么”和“怎么做”的问题上来。

本书从实际工作需要的角度出发，给出了掌握技能运用的各种训练方法，对读者会有相当大的帮助。

古人说，他山之石，可以攻玉。

本书的案例为我们提供了他人在市场营销方面的可借鉴之处，而本书对理论知识、技能点的分析和训练则为我们更快、更有效地领会、掌握知识技能点的精髓提供了可靠的途径。

如今，随着市场经济的高速发展，研究现代市场营销理论，培养掌握市场营销知识并具有丰富实践经验的专业营销人员，迅速提高企业的营销管理水平，已成为摆在我国市场营销理论界、教育界和企业界面前的共同任务。

而对任何一个从事市场营销工作的人员来说，不断地、持之以恒地提升自身的业务水平也成为当务之急。

为适应这一形势，我们不揣自身才识粗浅编撰此书，以求能为营销人员的学习提供帮助。书中纰漏难免，欢迎有识之士批评指正！

## <<营销策划技能案例训练手册>>

### 内容概要

营销策划是现代企业经营管理中使用频率最高的词汇之一，也是适用领域最为广泛的经营管理活动。本书为读者展示了营销策划的完整技能领域——营销战略的设计、营销定位策略的选择、营销组合策略的选择、品牌管理以及营销推广等。

本书采用了主题与案例并行的方式，强调寓“理”于“景”，生动地阐释主题意旨，以“技能+案例+训练”的形式从实际工作需要的角度出发突出对营销策划技能的提炼以及对如何获得技能的指导，给出了掌握并运用技能的各种训练方法。

本书适合作为营销策划人员、客户营销管理人员以及其他管理人员的参考、培训用书。

<<营销策划技能案例训练手册>>

书籍目录

丛书序前言第一章 营销战略设计 主题1 市场调研 参考案例 新可口可乐失误的调研 主题2 消费需求分析 参考案例 麦德龙客户需求分析体系 主题3 目标市场预测 参考案例 奥伯梅尔市场预测新思路 主题4 目标市场细分 参考案例 玩具反斗公司细分制胜 主题5 SWOT战略分析 参考案例 彩乐公司的竞争分析 主题6 目标市场选择 参考案例 《新财经》细分市场选择 主题7 目标市场定位 参考案例 再定位，王老吉飙红市场 主题8 营销战略设计 参考案例 青啤三战济南市场失策第二章 营销定位策略 主题 差异化营销 参考案例 农夫山泉的差异化策略 主题2 利基营销 参考案例 “嘻哈帝国”从边缘起步 主题3 聚集营销 参考案例 浪潮整合，“图钉”发力 主题4 标准营销 参考案例 微软手机标准化谜团 主题5 阶梯营销 参考案例 通用的“数一数二”法则 主题6 比附营销 参考案例 蒙牛，甘做伊利第二 主题7 细分营销 参考案例 苹果iPod的“随意性”市场 主题8 概念营销 参考案例 “美美减肥片”概念设计内幕第三章 组合营销技能第四章 品牌营销管理第五章 营销推广策划

## <<营销策划技能案例训练手册>>

### 编辑推荐

阐述最前沿的营销策划理念。  
提炼最详尽的营销策划技巧。  
展现最经典的营销策划个案。  
提供最有效的技能学习方法。

一本集前沿营销策划理论、方法和著名营销策划个案为一体的营销策划著作，将助你系统掌握营销策划技能，拓宽营销视野，提高策划实战能。

营销策划：万宝路从女士香烟品牌转变为男士香烟品牌，取得了巨大的成功；百事可乐向可口可乐发起了挑战，成果显著；蒙牛一直认为自己是“伊利第二”，但其增长速度远远超过伊利……万宝路依靠的是准确的市场再定位；百事可乐遵循的是比较推广策略；而蒙牛采用的是著名的比附定位法则。

这些都是营销策划非常成功的案例。

很多著名的案例都值得我们深入地学习。

但这本书并非公是案例集。

在这本书里，我们对营销策划并非公是案例集。

在这本书里，我们对营销策划这一岗位进行了系统的分析，提出了包括营销战略设计、营销定位策略和组合营销策略在内的五大专业技能，同时也提供了掌握这些技能的各种训练方法。

通过阅读这本书，您将获得更广阔的营销视野，更卓越的营销策划能力。

当然，你也可以从著名的策划案中体验策划名家的风采，享受阅读的乐趣。

学习指导：主题解说：主题解说对营销策划技能进行了理论介绍和分析，并对技能操作的要点难点进行了说明，读者可藉此快速了解技能的内涵。

参考案例：结合主题的内涵，作者选择了一个最具代表性的案例。

读者可从案例中了解技能的操作方法，深化对主题的理解。

案例分析：针对案例的服务操作方法，对其成功和失败之处进行了客观的分析和总结，重点论述了技能运用的关键点。

案例训练：根据服务工作应该掌握的知识点，提供了一系列的强化训练方法，包括案例测试、培训游戏、行动建议以及提升计划等，是学习营销策划技能的捷径。

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>