

<<杰出营销>>

图书基本信息

书名：<<杰出营销>>

13位ISBN编号：9787543665187

10位ISBN编号：7543665182

出版时间：2010-9

出版时间：青岛出版社

作者：经济观察报 编

页数：370

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>

## <<杰出营销>>

### 前言

“中国杰出营销奖年度评选”至今已举办七届。

七年来，该评选以新颖深远的立意、科学严谨的评选流程、精彩丰富的案例展示以及独特的学术气质，逐渐成为中国营销界最受关注、最具影响力的经典营销赛事之一。

七年来，我们也欣喜地看到，越来越多的企业、营销机构和专业人士被吸引到我们的年度营销盛会中来，在“杰出营销”这个舞台上展现他们的商业智慧，同时也让我们分享他们成功的营销经验和丰收的喜悦。

通过对“中国杰出营销奖”往年案例的梳理，我们欣喜地发现：每一届的获奖案例其实都包含着鲜明的时代特点，并反映出当年最主流的营销思潮。

2003年，“首届中国杰出营销奖”的创意正是在“非典”肆虐的背景下逆市诞生的，而获得金奖的“格兰仕光波炉”案例，正是从年度危机中发掘出希望的种子，在中国市民消毒杀菌的健康意识逐步增强的前提下，以“健康”需求为契机，抓住提升光波炉杀菌概念的绝佳机会，在市场上一举成功。

格兰仕首创的数码光波炉虽然是在美国研究中心问世，但是它正是中国从“世界工厂”到“世界品牌”，从“中国制造”到“中国创造”，从“企业公民”到“世界公民”的见证者和先行者。

## <<杰出营销>>

### 内容概要

推介“有效的营销方法”、推动具有中国本土特色营销市场的进步——这是举办“中国杰出营销奖”的初衷和目的。

“中国杰出营销奖”由经济观察报社和香港管理专业协会共同举办，每年一届。

从2003年开始，迄今已走过七年。

七年来，以深远新颖的立意，严格的评选流程和独特的学术气质成为中国营销界的一个权威奖项，一直吸引着业内品牌的积极参与，也获得营销界权威人士的广泛肯定与嘉许。

这个活动每年吸引的参赛企业多达数百家，基本上涵盖了不同行业的年度标志性企业营销案例。

每年通过“中国杰出营销奖”的平台可以领略到最前沿的营销理念，最鲜活生动的市场形态。

汇集国内著名品牌的精彩营销案例，团结业内著名学者专家团进行赛事的精彩点评，这也是《杰出营销》的魅力所在，它见证并凝聚了“中国杰出营销奖”的品牌价值。

## &lt;&lt;杰出营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 快速消费品、服务及文化行业 案例1 《藏地密码》：读客图书的营销密码 案例2 中国经济型酒店营销模式探索：汉庭连锁酒店品牌营销案例 案例3 Ifeng的华丽转身——凤凰网新域名背后的品牌营销策略 案例4 电子商务助力4200万中小企业“冬泳”——阿里巴巴援冬案例 案例5 “让茶不只有传统——茗腾的静·时尚生活”——2009年茗腾茶叶品牌管理案例报告 案例6 “让圣火永不熄灭”——贵州益佰制药全程协办“我们的奥运——微笑中国2008全民健康志愿者行动” 案例第二部分 金融行业 案例1 招商银行“2008和世界一家”整合营销传播方案 案例2 渠道创新市场细分——深圳发展银行个人贷款“e借易还”产品营销案例 案例3 中信银行：开启二手房交易全新模式 第三部分 耐用消费品行业 案例1 一键启动数字汽车时代——荣威550营销案例 案例2 创维酷开TV多媒体娱乐电视，搭建电视产品高清内容平台的创新模式 案例3 破局之战——美的“蓝鹰计划”冲击中国微波炉市场 案例4 四季沐歌太阳能：以无边界创新整合的战略实现绿色主人的梦想 案例5 一起奥运一起联想——联想的奥运营销 第四部分 房地产类 案例1 北京名片 世界的星河湾——星河湾三期星空华墅上市营销战略 案例2 逆市营销诞生记——远洋·沁山水案例解析 案例3 200亿奢侈地产的打造之路——半山半岛项目品牌营销 案例4 香港海港城：化危为机，自强不息后记 营销从来都是“新鲜的”的附录 附录1 中国杰出营销奖赛事介绍及规则简介 附录2 2008~2009年度中国杰出营销奖评审准则 附录3 七届中国杰出营销奖情况比较 附录4 中国杰出营销奖前七届获奖名单 附录5 中国杰出营销奖历届赛事评委名单

## &lt;&lt;杰出营销&gt;&gt;

## 章节摘录

(一) 目标市场定位 基于上述关于市场细分和消费者行为的分析,我们将“e借易还”的客户定位于:经常有资金需求,希望能尽量减少资金占用成本,提高资金收益的人群,包括希望尽快拿到贷款且随时可以方便地归还贷款以达到省息目的的客户,主要为自雇人士以及具有灵活资金需求或想节省利息支出的受薪阶层。

(二) 目标客户购买产品的理由 首先,高度满足了现代社会人们日益活跃的对于资金使用灵活度的需求,通过“e借易还”这一极为方便和快捷的产品,真正实现了将银行资金、自有资金和房产资金纳入到三位一体的资金池中使用的概念,客户可以随时在这三者之间实现灵活的资金调度,最大程度扩大资金可调度规模,减少资金占用成本,提高资金收益。

其次,“e借易还”的适用范围非常广泛,真正实现了低门槛,主要表现为:(1)新老客户都适用:无论是打算在我行办理买房按揭贷款或房产抵押贷款的新客户,还是我行现有客户,都可向我行申办此项服务。

(2) 各种业务均适用:一、二手楼按揭贷款、抵押消费贷款、个人经营性贷款等多种业务类型均适用;贷款用途广泛,可用于个人经营、购房、购车、装修等多种用途。

再次,产品办理手续极其简单,客户只需签署产品相关协议,并委托银行办妥其他相关手续后,即可登陆我行网站实现自助借款或还款。

.....

## <<杰出营销>>

### 编辑推荐

中国杰出营销奖至今已经连续举办了七届。这七年，中国营销实践发生了巨大的变化，中国杰出营销奖也成为中国营销界具有重要影响的奖项，无疑它对推动中国营销的学术研究和实践发展都做出了不可磨灭的贡献。为了让大家了解中国七年的企业营销史，分享成功的企业营销经验，窥测未来中国企业营销发展的脉络，特编辑此书，精选了七届杰出营销奖的案例，为大家提供了一本微型的《营销宝典》。

《杰出营销》是经济观察报书系之一。它精选了七届杰出营销奖的案例，为我们提供了一本微型《营销宝典》，很值得收藏和阅读。通过它，我们可以了解中国七年的企业营销史，分享成功的企业营销经验，窥测未来中国企业营销发展的脉络。

<<杰出营销>>

#### 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>