

<<珠宝市场调查>>

图书基本信息

书名：<<珠宝市场调查>>

13位ISBN编号：9787562525608

10位ISBN编号：7562525609

出版时间：2011-1

出版时间：中国地质大学出版社

作者：王惊涛

页数：149

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>

<<珠宝市场调查>>

内容概要

《珠宝市场调查》随着中国经济的高速增长，人民消费水平的不断提高和消费理念的转变，珠宝首饰业获得了飞速发展，已连续多年两位数字增长，2009年中国珠宝首饰年销售额更是突破了二千亿元人民币大关。

珠宝市场竞争也日趋激烈，国际一线品牌如CARTIER、TIFFINI，香港品牌周大幅、周生生、六福等纷纷进入中国内地市场，与众多本土珠宝品牌争夺珠宝首饰市场这块诱人的蛋糕。

面对激烈的市场竞争，珠宝企业越来越注重市场营销，不断提高营销管理水平。

珠宝市场调查作为珠宝企业经营决策不可逾越的起点，是珠宝企业制定市场营销策略的基础。

《珠宝市场调查》是珠宝鉴定与营销专业及其相关专业的一门重要专业课程。

《珠宝市场调查》是为高等职业院校珠宝鉴定与营销专业及其相关专业所编写，同时也面向广大珠宝企业相关岗位人员，可以作为参考或培训用书。

《珠宝市场调查》专门针对珠宝行业岗位群，以工作过程为教材内容设计主线，以工作领域中的工作任务为中心组织教材内容，以实际的珠宝市场调查项目来引领，学生在完成工作项目的过程中掌握相关知识和职业技能。

<<珠宝市场调查>>

书籍目录

项目一 钻石市场竞争调查工作任务1制定钻石市场竞争调查计划书工作任务2钻石市场竞争调查实施工作任务3钻石市场竞争调查数据分析工作任务4撰写钻石市场竞争调查报告项目二 彩色宝石市场调查工作任务5制定彩色宝石市场调查计划书工作任务6彩色宝石市场调查实施工作任务7彩色宝石市场调查数据分析工作任务8撰写彩色宝石市场调查报告项目三 翡翠广告效果调查工作任务9制定翡翠广告效果调查计划书工作任务10翡翠广告效果调查实施工作任务11翡翠广告效果调查数据分析工作任务12撰写翡翠广告效果调查报告项目四 钻石消费者调查工作任务13制定钻石消费者调查计划书工作任务14钻石消费者调查实施工作任务15钻石消费者调查数据分析工作任务16撰写钻石消费者调查报告主要参考文献

<<珠宝市场调查>>

章节摘录

珠宝市场调查是一种通过信息将珠宝消费者和公众与珠宝营销者连接起来的职能。这些信息用于识别和确定珠宝营销机会及问题，产生、提炼和评估珠宝营销活动，监督珠宝营销绩效，改进人们对珠宝营销过程的理解。

珠宝市场调查具有三种功能：描述、诊断和预测。

描述功能：收集并陈述事实。

例如，翡翠市场现状如何？

诊断功能：指解释信息或活动。

例如，珠宝顾客流失的原因是什么？

预测功能：对未来的发展趋势作出判断和推测。

例如，钻石市场的发展趋势。

珠宝市场调查的意义 了解珠宝首饰消费者需求 通过对珠宝首饰消费者的行为、态度研究，了解消费者对珠宝首饰的需求，使珠宝企业在进行产品开发、设计、改进时候能充分考虑到消费者意见，最大程度上满足消费者的需求。

了解竞争产品的市场表现 企业要稳固地占领市场，提升市场竞争力，必须了解竞争对手目前的产品价格、促销策略等，分析市场细分状况，寻找适合本企业发展的目标市场，恰当进行产品定位，这样才能知己知彼，在竞争中占有优势。

评估和监测珠宝市场运营状况 珠宝企业营销管理者需要通过市场调查，获得市场经营状况的及时反馈，了解营销策略的执行情况，及时进行方案调整，否则可能带来不必要的资金浪费。

发现珠宝市场空缺和市场机会 市场竞争环境下的珠宝企业，必须不断地寻找增长点，因而珠宝企业需要不断地进行市场调查，获得珠宝首饰消费者的现实需求和理想需求的差距。分析市场空缺，准确把握市场机会。

分析珠宝行业发展态势 企业的一个新概念产品如何进入珠宝市场，企业如何树立品牌形象并持久高价值的品牌资产，还需要以市场调查为基础制定市场营销策略。

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>