

<<市场3诀>>

图书基本信息

书名：<<市场3诀>>

13位ISBN编号：9787801971524

10位ISBN编号：7801971523

出版时间：2005-1

出版时间：企业管理出版社

作者：沃迪市场研究中心/国别：中国大陆

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>

<<市场3诀>>

内容概要

您想快速成为一个不可替代的市场运作高手吗？

这里有一本最适合您的制胜宝典。

它提供您在工作中昨天、今天、或明天碰到过或将要面对的问题与疑问，系统解决您在实际工作中遇到的各类问题，实用的运作之道，更有世界知名企业的^{第一手}实战资料，使您快速掌握市场动作的精髓、打造自身企业的市场动作优势、获得比别人更多的成功机会提供一条更为便捷的通途。

本书解决了一个企业市场动作人员需要面对的最基本问题：如何将企业的市场策略通过强有力的、高效的运作手法来实现。

本书不同于其他市场类书籍之处在于，它是国内第一本为市场人员的实际工作提供具体指导的工具书，或者称之为工作手册。

您会发现您遇到的各种细节问题都会在本书中被落实到最基本的层面并得到详尽解答。

编者以简单便捷、易于查找的方式集成了多位市场运作专家，^{第一流}外脑公司的专业经验和生动案例，加入大量图表、实例分析，乃至外脑公司的现身说教，浓缩了这一领域运作所需的所有技巧，令人有“原来如此”之叹。

总之，如果您想快速成为一个不可替代的市场运作高手，掌握最专业复杂的各方面技能，这是一本最适合您的制胜宝典。

<<市场3诀>>

书籍目录

第一章 市场运作要素组合企业市场部的定义及工作目标/3现代企业合格市场人员的新标准/4企划流程/6营销企划书范本 /7撰写标准的企划书 /10完整的营销企划方案要素 /12公关企划书包含的要素 /15营销项目策划书范本(实战版) /17第二章 市场调研完整的市场调研程序 /23关键流程1：市场调研战略地位的确定/28关键流程2：做市场调研需要事先解决的几个基本问题 /30关键流程3：深度了解并选择合适的调研公司 /32关键流程4：市场调查主体内容 /47关键流程5：实用高效组合调查策略 /61关键流程6：定性 / 定量调研的特点与方法 /68关键流程7：培训企业自己的一线数据调查人员 /81关键流程8：竞争对手调查/84关键流程9：市场运作人员必须掌握的6大要点 /88关键流程10：量力而行，选择适合本企业的调研方式 /94第三章 现代企业公关策划关键流程1：现代公关的功能、特点与内涵 /101关键流程2：建立现代而高效的企业公关体系/110关键流程3：实战公关活动的策划与实施 /116关键流程4：大型活动策划与操作实务 /127关键流程5：正确评估公关效果 /135关键流程6：利用现代公关创建企业良好的品牌形象 /138关键流程7：狙击谣言传播，建立高效危机公关手段 /141关键流程8：选择合适的公关公司 /154关键流程9：新经济时代公关商务礼仪 /155第四章 广告企划关键流程1：零距离认识广告公司 /165关键流程2：要求广告策划 / 运作人员必须掌握的几点 /169关键流程3：不同类型广告媒介的特点/179关键流程4：平面 / 广播广告的设计制作流程/184关键流程5：优秀企业软性广告的操作技巧/189关键流程6：企业CI策划与实施/201关键流程7：企业网络广告的运用/210关键流程8：明星广告 / 代言人的策划运作流程/216关键流程9：广告策划全套完整方案/224关键流程10：让广告投放更有效/244关键流程11：挑选合适的广告公司/252关键流程12：是否需要更换广告公司/258第五章 新市场运作策略新策略1：对竞争对手广告发布及策略的搜集/263新策略2：呼叫中心(call center)/264

<<市场3诀>>

章节摘录

书摘关键流程7： 培训企业自己的一线数据调查人员企业某些时候并不需要专业调研公司来提供调研报告，而只需要一些基础数据的收集。

从实用和节约开销方面考虑，对涉及范围窄、专业知识要求不高的基础数据、不是太重要的调查方案可由企业自己内部人员来完成；或是由内部人员主持方案规划，对外招聘临时调查人员，但前提是要求参与人员或项目主持人必须具备一定的专业知识。

通过聘请专业市场调研公司对内部人员进行培训，使之快速掌握专业、实用和高效的技能与方法。从发展的眼光来看，这样做既能节约资金、缩短调研周期，又能提高本企业人员的实际运作水平；同时，也为下一次的调研储备了人才，方便了今后工作的开展。

流程1：培训的目的及内容 培训的目的是让访问员、复核员、抽样员按照操作要求，准确、及时的收集到有效问卷。

一方面在时间和经费上得到了控制，另一方面也在问卷的质量和数量上得到控制，培训的内容包括：

要点1：基础培训 每位新参加项目的访问人员必须接受一定时间的基础培训，掌握发问、记录、处理意外事件等技巧。

重要的是帮助他们树立信心。

掌握与人沟通的方法。

具体有这几方面的内容： 1. 态度训练。

目的是让访员明确访问工作对市调的客观性、科学性的重要作用，通过训练，促使他们在今后的访问实践中做到认真、细致、一丝不苟地按照要求完成所有任务。

2 技能训练。

目的是提高访员与陌生人打交道的能力，以有效完成访问任务。

(1)调查概要：含调查名称、调查部门及负责人、联络处、每位访员访查数。

(2)调查日期、期间检查日、回收日。

(3)基本注意事项。

含必须遵守指示及熟悉问卷内容等。

(4)访员携带物品。

含受访者名册、问卷、调查手册、身份证明书、赠品等。

(5)访问员注意事项。

含注意服装及措辞、明白表明身份及注明调查目的、确认受访者本人身份等。

(6)无法调查时。

遇到受访者不在、拒绝受访、终止调查等。

(7)对受访者之释疑。

说明抽样方法及姓名不公开的原则等。

(8)问卷结构。

含结构概要、特别注意事项、询问方式及登录方法等。

(9)访谈问须注意事项。

含不使受访者看调查项目以外的资料，制造良好的气氛，记录问题之解答，避免漏列及使受访者乐于受访等。

(10)回收期限。

按期限完成并缴回问卷及应缴物品等。

(11)有关访员的报酬事项。

3. 问题处理训练。

在访问过程中，常会碰到这样或那样的问题，如受访者不愿意配合，找不到被抽到的样本等。

此时，如果访员经过训练，他们就知道该如何处理，否则就可能因处理不当而对抽样、访问结果产生不良影响。

<<市场3诀>>

对于抽样员和复核员，督导也会提供基础培训，掌握有效的抽样方法和复核方法。

要点2：项目培训 1. 问卷讲解 由调研督导(专业调研机构、市场调研公司)、人员提供，一为访问员逐问题讲解如何提问，如何追问，如何记录，如何注意与前后题的逻辑关系等，确保访问员能全面了解问卷内容和访问技巧。

2. 模拟 将访问员两两配对，设置作业情景，让访员进行具体操作，模拟访问员和被访者的问答，检查他们在模拟中存在的问题，并加以指导、纠正，进一步掌握操作技巧。

3. 陪访 为了亲自了解访问中可能出现的问题，增强访员自信心，督导要陪伴一些访问员到消费者场所做试访，并记录访问员的问题和特殊事件。

目的是使访员从实干中提高技能，掌握技巧。

4. 跟访 对于一些访问员，要求在培训完成后实地去完成一个访问，督导要记录访问过程中出现的问题。

5. 试访小结 等所有访问员完成试访后，要召集所有访问员集中进行问卷检查和讨论，向每个人讲解出现的问题或者不足之处，同时对于共同的问题提供解决的办法。

流程2：被调查者的差错而造成的误差 1. 由于被调查者不能提供准确的答案造成的。

被调查者提供不准确答案的原因可能有：不熟悉、劳累、厌烦、想不起来；问题的格式不好、问题的内容不清楚、以及其他一些因素。

2. 被调查者不愿意提供准确的信息造成的。

被调查者有意错答的原因可能有：为了避免出麻烦、出于某种目的而故意误导。

流程3：调查员的差错造成的误差主要包括以下几个方面： 1. 询问被调查者时产生的问答误差，或是在需要更多的信息时没有进一步询问而产生的误差。

例如，在调查过程中调查员没有完全地按照问卷中的措辞来提问。

2. 在听、理解和记录被调查者的回答时造成的记录误差。

例如，被调查者给出的是中性的回答，但调查员错误地认为是肯定的回答。

3. 由调查员伪造部分或全部答案而造成的欺骗误差。

例如，调查员并没有询问被调查者关于信念方面的某个敏感性问题，但过后调查员又根据自己的个人判断将答案填了上去。

4. 代用信息误差，调研问题所需的信息与调研者所搜集的信息之间的变差。

例如，本来需要的是关于消费者选择一种新品牌的信息，但是调研者得到的却是关于消费者偏好方面的信息，因为选择的过程不易观察到。

5. 测量误差，所搜寻的信息与由调研者所采用的测量过程所生成的信息之间的变差。

例如在测量消费者的偏好时，调研者没有使用测量偏好的量表，而是用了测量概念的量表。

6. 总体定义误差，与要研究的问题相关的真正总体与调研者所定义的总体之间的变差。

例如要了解某医院在患者心目中的形象，真正的总体应当是某地区的患者，但调研者定义成了某地区的全体居民。

7. 抽样框误差，由调研者定义的总体与所使用的抽样框隐含的总体之间的变差。

例如，按照电话簿作为抽样框并不能代表潜在消费者的总体，因为有些电话号码没有人电话簿，又有些号码联系不上，还有不少号码是已经不能使用的。

8. 数据分析误差，指由问卷中的原始数据转换成调查结果时产生的误差。

例如，使用了一种不恰当的统计方法导致了不正确的解释和结果。

P81-83

<<市场3诀>>

编辑推荐

您想快速成为一个不可替代的市场运作高手吗？
这里有一本最适合您的制胜宝典。
它提供您在工作中昨天、今天、或明天碰到过或将要面对的问题与疑问，系统解决您在实际工作中遇到的各类问题，实用的运作之道，更有世界知名企业的^{第一手}实战资料，使您快速掌握市场动作的精髓、打造自身企业的市场动作优势、获得比别人更多的成功机会提供一条更为便捷的通途。

<<市场3诀>>

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>