

<<深度>>

图书基本信息

书名：<<深度>>

13位ISBN编号：9787802078260

10位ISBN编号：7802078261

出版时间：2007-3

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良

页数：286

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>

内容概要

本书首先从宏观的角度分析了市场和行业的机会与企业产品的切入点；其次从方法论的角度来对行业深度分析并运用案例来论证方法的实际作用；再次通过行业研究的流程来说明行业解决方案式营销的过程和工具运用；最后从微观的角度来探讨解决方案式营销的深度职业特性、任职资格和职业发展问题。

其章节之间通过从行业和市场的战略分析到企业的营销和顾问式销售战术再到“深度营销人”的职业规划和“项目运作、项目管理”，作者思路清晰并能够深入、透彻地了解作为他的“客户”——读者的需求！这本书能够帮助你从一个行业、市场的角度考虑企业定位与行业营销问题，这个在今天的营销环境里非常重要；这本书能够帮助你从一个策划营销的角度来分析行业营销的问题，从这个角度看，对企业定位与行业深度帮助巨大；这本书能够帮助你了解行业趋势并形成系统解决方案，解决方案在未来营销领域将独树一帜；这本书能够帮助你掌握一些行业策划与解决方案式营销的方法与技巧，因为，企业发展不可能什么行业都做，只可能在行业内成为相对的领导者，就像工程机械行业的卡特彼勒、轴承行业的SKF、自动化阀门领域的INVENSYS、电力自动化的ABB、IT信息化的IBM等。

所以，成为行业内的领导者是每个企业的追求。

因此，深度注定是大势所趋。

作者简介

丁兴良，国内第一个针对工业品行业的大客户营销培训讲师，现任上海江轩企业管理咨询有限公司首席培训专家，创办了国内首家“IMSC工业品营销研究中心”。

2005年荣登“中国人力资源精英榜”，并被《财智》杂志评为“杰出培训师”，是《前沿讲座》、《支点国际》、《时代光华》的特邀专家。

历任英维思集团(中国)销售部副总经理、Johnson & Johnson销售部经理、上海凯泉水泵资深销售顾问、清华大学总裁培训班特聘顾问、美商博思能训练中心研修授证PMP管理课程训练师。

六年专业培训经验。

在国外接受了国际销售培训机构TACK讲师认证。

在全国各地为数以千计的销售人员做过“大客户销售”、大客户服务、大客户管理、大客户营销、项目性销售与漏斗管理、行业性解决方案”等系列课程培训。

书籍目录

第一部分 发展战略篇：行业分析与市场研究 案例：中国电信的“信息化之梦” 第一章 行业研究的核心思想 IMSC引语：掌握行业发展的趋势是企业赚钱的关键 一、企业信息化发展的必由之路 二、企业信息化发展的四个阶段 三、影响企业信息化的因素 四、企业信息化发展的潜力 五、未来几年我国信息化发展前景展望 第二章 行业研究的两大关键要素 IMSC引语：行业发展的不同阶段应与产品战略相结合 一、行业的成长周期 二、行业产品的成长周期 三、判断行业生命周期的方法 四、基于行业生命周期的企业行为分析 五、企业在不同阶段的战略目标 第三章 行业研究的三个步骤 IMSC引语：协助上海电信建立行业分析的模型 一、行业研究 二、细分行业及经典企业研究 三、专项研究 第二部分 行业策划篇：营销策划的八大步骤 第四章 行业分析与调研 IMSC引语：IT咨询业国内发展的意义与途径 一、行业分析 二、行业市场调研与机会分析 第五章 行业营销的竞争状态分析 IMSC引语：上海电信进入IT信息化的SWOT案例分析 一、竞争对手分析 二、行业竞争的SWOT分析 三、建立竞争优势 第六章 基于行业需求的市场细分 IMSC引语：中国电信对银行的行业分析 一、行业需求是企业切入的关键 二、银行业的细分与需求 三、市场细分与需求 第七章 目标市场选择和定位策略 IMSC引语：政府信息化的前10大解决方案供应商 一、市场细分 二、目标市场的选择 三、市场定位 第八章 针对行业营销的组织结构 IMSC引语：解决方案销售流程图 一、核心流程与组织结构 二、组织结构设计的五大原则 三、组织结构设计的四项任务 四、组织结构设计与项目流程 五、需要避免的问题 第九章 行业经理的绩效与薪酬 IMSC引语：行业经理的考核标准 一、企业的绩效管理（BPM循环） 二、行业解决方案型营销的绩效与薪酬 三、行业解决方案型营销的项目团队组织绩效 四、销售团队整体奖励的内部分配方式 五、设立考核的指标与权重比 六、根据绩效来设定薪酬制度 第十章 针对行业营销活动的四种方式 IMSC引语：向高层销售的七个秘诀 一、第一种方式：人员推销 二、第二种方式：销售促进 三、第三种方式：公关 四、第四种方式：广告 第十一章 营销成本控制 IMSC引语：IT咨询公司投资赢利分析 一、组建、完善上海电信IT咨询公司组织结构 二、上海电信IT咨询公司未来投资盈利预期说明 第三部分 项目管理篇：解决方案型销售与管理 第十二章 解决方案型销售与管理 IMSC引语：解决方案型销售的四个系统 一、解决方案型销售与管理是一种管理理念 二、解决方案型销售与管理系统有四个相互联系的组成要素 第十三章 四个核心组成要素 IMSC引语：客户内部采购流程促进项目型销售 一、客户内部采购流程 二、项目型销售推进流程 三、衡量阶段成功的标志：里程碑 四、有力的材料分析：辅助工具 第十四章 解决方案型销售与管理的独特卖点 IMSC引语：控制过程比控制结果更重要 第十五章 解决方案型销售推进的八大流程 IMSC引语：营销的最高境界是标准化 一、客户规划与电话邀约 二、客户拜访与初步调研 三、提交初步方案 四、方案演示与技术交流 五、需求分析与正式方案设计 六、项目评估 七、商务谈判 八、签约成交 第十六章 解决方案型销售与管理的四大运用 IMSC引语：说到、做到、见到是管理工具的核心 一、解决方案型销售与管理系统的核心 二、对单个项目进度的把握 三、对企业整体销售的把握 四、对企业销售异常的把握 五、企业销售预测 第四部分 销售技能篇：打造职业化的行业经理 第十七章 行业经理的作用与定位 IMSC引语：行业经理的能力模式 一、行业销售经理的四大职责 二、行业经理应当具备的能力 三、行业经理的“十戒” 第十八章 打造行业经理成为顾问 IMSC引语：“全球眼”解决银行问题案例分析 行业顾问 一、顾问对问题最感兴趣 二、顾问最核心的价值就是“洗脑” 三、顾问式销售的四个步骤 第十九章 九字诀 IMSC引语：开发客户对CRM系统需求的案例体现九字诀 一、九字诀：找对人，说对话，做对事 二、了解客户需求 第二十章 卓越的简报技巧 IMSC引语：演示的八大手法 一、分析演示的目的及听众的需求 二、设计演示的内容及顺序 三、运用八种演示手法 四、授课时使用成人型教学法 五、以听众为中心，而非以信息为中心 六、演示的后续跟进 一踏二踏三踏四踏五踏六踏七

编辑推荐

畅销书《输赢》作者傅遥、《前沿讲座》总制片人李洪亮、美国BUSINESS OBJECTS公司中国区咨询顾问总监、市场营销专家鲁百年博士荐序称道！

中国电信上海研究院谢青宇、SKF中国有限公司行业经理蒋丹、加拿大派特系统（中国总部）胡楷东、广东移动罗志威、杭州新中大软件股份包江山、科远自动化肖长青、开目咨询企业张志同声共鸣！

丁老师的课程非常生动，他能用通俗易懂的语言和形象的案例使学员掌握原本枯燥的内容；整个课程中我们可以感觉到他有丰富的经验，我们可以从课程中实实在在学到东西。

——包江山 杭州新中大软件市场营销中心总经理 丁老师的培训生动、实用，贴近公司运作实际，对提升企业绩效起到了重要的作用。

他能让课程更加生动、易懂，互动性更加。

——肖长青 科远自动化总经理 本书首先从宏观的角度分析了市场和行业的机会与企业产品的切入点；其次从方法论的角度来对行业深度分析并运用案例来论证方法的实际作用；再次通过行业研究的流程来说明行业解决方案式营销的过程和工具运用；最后从微观的角度来探讨解决方案式营销的深度职业特性、任职资格和职业发展问题。

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>