

营销一点通



[营销一点通_下载链接1](#)

著者:费朗

出版者:中国商业出版社

出版时间:2002-01

装帧:平装

isbn:9787504445063

作者介绍:

目录: 市场营销观念篇

一项重要的研究发现，成功的企业喜欢采用简单、灵活的结构，使它们能够迅速地适应不断变化的条件。

要照顾好顾客，首先要照顾好那些照顾顾客的人，感到满意的职员会提供高质量的服务价值，这于是会赢来感到满意的顾客，感到满意的顾客反过来便会给企业创造利润。

谁会卖，谁的事业才会成功。技术到处都有，只要花钱就买得到。我会做，你会做，大家都会做，问题是怎么卖出去。

提升市场营销导向观念

以夷伐夷观念

以“变”应“变”观念

消费者心理定势观念

逆向营销定位观念

“基调定位”观念

微利营销观念

微观市场营销观念

特色营销观念

服务营销观念

直接营销观念

4C营销观念

“顾客中心”营销观念

“人优我特”营销观念

“亲情化”营销观念

多层次营销观念

逆向思维营销观念

模仿营销观念

网络营销观念

零售业营销观念

“奔驰”定位观念

新产品营销观念

多元化营销观念

市场研究篇

人生缺少的不是机遇，而是发现机遇的眼睛。企业如同人生，有了识“金”的“好眼神”，就能抓住无处不在，无时不有，且又瞬息万变的商机。

关注市场上被大企业忽略的某些细小部分，在这些小市场上通过专业化经营来获取最大限度的收益，在大企业的夹缝中求得生存和发展。

发现一个行业比发现一个市场更有价值。发现一个行业的价值在于，你可以“先入为主”，藉此成为这个行业的市场领先者。

营销中的定价策略

正确的市场定位

市场营销的“眼睛论”

“人优我廉，人廉我周”策略

市场细分策略

营销本土化策略

市场预测策略

市场分析策略

市场补缺策略

“购买行为”策略

市场主导营销的策略

市场调研策略

市场情报策略

因地制宜策略
国际市场营销策略
信息资源分析策略
“领养”市场策略
引导市场策略
市场扩张策略
“先入为主”策略
“扬长避短”策略
拓展市场策略
“以攻代守”策略
市场适应策略
全方位市场分析
“完美”市场方案
品牌全球化营销策略
· · · · · (收起)

[营销一点通 下载链接1](#)

标签

评论

[营销一点通 下载链接1](#)

书评

[营销一点通 下载链接1](#)