

# 开发成功的营销战略-AMA新概念营销教程



[开发成功的营销战略-AMA新概念营销教程\\_下载链接1](#)

著者:大卫.帕默里

出版者:上海远东出版社

出版时间:1997-11

装帧:平装

isbn:9787806136331

作者介绍:

目录: 序  
导言  
上篇 资料分析  
1 准备战略营销计划  
何为资料分析?  
为评估和制表做准备  
形成战略营销计划  
小结  
2 识别需求、问题和机会  
确定和评估营销态势  
制定计划前的综合评估  
资源评估及分配  
3 制定任务说明书  
编写任务说明书  
各态势层的任务说明书  
4 确定目的和目标  
界定目的

界定目标  
目标与预测  
各营销态势层的的目的和目标  
营销管理各层次间的相互影响  
5 制定营销战略  
界定营销战略  
各营销态势层的营销战略  
综述  
6 控制营销战略  
建立控制程序  
各营销态势层的控制程序  
7 资料支持系统  
准备图表  
下篇 数据报告  
1 单元表格  
表1.营销目的和目标的定量分析  
表2.战略营销方案  
2 单元表格  
表3.市场需求来源  
表4.市场需求强度  
表5.产品需求来源  
表6.产品需求强度  
表7.营销活动需求来源  
表8.营销活动需求强度  
表9.市场问题来源  
表10.市场问题强度  
表11.产品问题来源  
表12.产品问题强度  
表13.营销活动问题来源  
表14.营销活动问题强度  
表15.市场机会来源  
表16.市场机会强度  
表17.产品机会来源  
表18.产品机会强度  
表19.营销活动机会来源  
表20.营销活动机会强度  
表21.市场评估  
表22.产品供给评估  
表23.营销活动评估  
表24.最终评估结论  
表25.来源、强弱度的排序或比率衡量  
表26.营销方向  
表27.需求、问题和机会小结  
表28.改变行动的能力  
3 单元表格  
表29.营销管理战略层任务说明书  
表30.营销管理战略层投入量  
表31.营销管理部门层任务说明书  
表32.营销管理部门层投入量  
表33.营销管理功能层任务说明书  
表34 营销管理功能层投入量  
4 单元表格  
表35.确定营销管理战略层目的  
表36.营销管理战略层目标

- 表37.确定营销管理部门层目的
- 表38.营销管理部门层目标
- 表39.确定营销管理功能层目的
- 表40.营销管理功能层目标
- 表41.综合小结

5 单元表格

- 表42.战略层预算分配（五年的时间框架）
- 表43.战略层行动
- 表44.战略层项目/任务安排
- 表45.战略层绩效考核
- 表46.战略层结构核实
- 表47.战略层时间框架
- 表48.战略层项目/任务时间协调表
- 表49.战略层基准控制
- 表50.部门层预算分配（五年的时间框架）
- 表51.部门层行动
- 表52.部门层项目/任务安排
- 表53.部门层绩效考核
- 表54.部门层结构核实
- 表55.部门层时间框架
- 表56.部门层项目/任务时间协调表
- 表57.部门层基准控制
- 表58.功能层预算分配（五年的时间框架）
- 表59.功能层行动
- 表60.功能层项目/任务安排
- 表61.功能层绩效考核
- 表62.功能层结构核实
- 表63.功能层时间框架
- 表64.功能层项目/任务时间协调表
- 表65.功能层基准控制
- 表66.综合小结

6 单元表格

- 表67.战略层控制的销售/收入/支出报告
- 表68.战略层控制的销售额增长率与费用增长率之比较
- 表69.战略层调整
- 表70.战略层应急计划
- 表71.战略层下一个营销计划时间表
- 表72.部门层控制的销售预测
- 表73.部门层控制的收益预测
- 表74.部门层控制的费用估算
- 表75.部门层控制的市场份额/容量
- 表76.部门层控制的操作失误检测
- 表77.部门层控制的销售/收入/支出报告
- 表78.部门层调整
- 表79.部门层应急计划
- 表80.部门层下一个营销计划时间表
- 表81.功能层控制的销售报告
- 表82.功能层控制的订单处理跟踪
- 表83.功能层控制的媒介效果
- 表84.功能层调整
- 表85.功能层应急计划
- 表86.功能层下一个营销计划时间表
- • • • • [\(收起\)](#)

[开发成功的营销战略-AMA新概念营销教程\\_下载链接1](#)

标签

营销

评论

-----  
[开发成功的营销战略-AMA新概念营销教程\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[开发成功的营销战略-AMA新概念营销教程\\_下载链接1](#)