

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](#)