

目标市场



[目标市场_下载链接1](#)

著者:国际金融公司中国项目开发中心 编

出版者:上海科学技术出版社

出版时间:2003-9

装帧:

isbn:9787532372133

将组成市场的不同群体找出来，然后为市场的某一特定群体开发产品，这一特定群体就

被称这为“目标市场”。

要取得商业上的成功，企业就必须确定它们服务的目标市场。

本书集中介绍如何细分市场和如何选择合适的目标市场。企业可以利用这一选择来为产品定位并树立适当的企业形象。

本书的主要目的是要告诉读者，怎样才能定义和细分市场，以便企业确定其服务的目标市场。本书将：

描述市场细分给企业和购买者带来的利益。

阐明购买者的差异是所有市场细分的基础。

描述细分市场的方式。

阐述如何选择一群购买者，使之成为企业一切营销活动的目标。

描述最通用的市场覆盖战略并列举正确选择市场覆盖战略的方法。

本书为其他中小企业营销活动提供了重要的基础。这些活动包括产品设计与开发、定价与定价策略、关系管理、促销与广告等。

目标

读完本书之后，你就能更好地做到以下几点：

- 1、定义市场，并解释市场细分及其好处。
- 2、区别市场细分、目标市场和市场定位。
- 3、描述细分消费者市场的四种方式和细分企业市场的五种方式。
- 4、列出有效细分市场的四项特征。
- 5、指出三种市场覆盖策略以及影响它们的因素。
- 6、列出选择市场覆盖策略时应当考虑五个因素。

作者介绍:

目录:

[目标市场 下载链接1](#)

标签

评论

[目标市场_下载链接1](#)

书评

[目标市场_下载链接1](#)