

技术营销



[技术营销_下载链接1](#)

著者:(日)NUTURENETWORKS/国别：中国大陆

出版者:科学出版社

出版时间:2006-7

装帧:简装本

isbn:9787030173218

《市场营销新概念系列·技术营销》内容简介：如何将技术研发工作与市场紧密联系起来，使科学技术迅速转化为生产力，是关系到企业生死存亡的大事，同时又是技术研发人员最不擅长做的事。《市场营销新概念系列·技术营销》就针对这种情况从技术开发的角度详细阐述了技术营销战略的策划与制定的思路，以及具体实施步骤。它将技术营销分成若干具体问题，采用图解形式，生动地讲述了如何从技术角度了解市场；市场运作的基本原则；如何制定和实施技术营销战略；在实施战略过程中需要注意哪些关键问题；以及实施战略所必需的组织体制和基础设施等，可以帮助技术人员开发出市场潜力巨大的产品。

《市场营销新概念系列·技术营销》适用于在以技术为核心竞争力的企业供职，从事产品开发、软件开发、生产技术、研究开发、质量管理、技术服务等业务部门的技术人员，同时也可以作为市场营销专业学生的参考用书。

作者介绍:

目录: 第1章 技术营销概述.

1. 技术人员学习市场营销的必要性
2. 顾客的变化
3. 市场的变化
4. 企业追求的目标
5. 市场营销概述
6. 实现市场营销战略所需的技术开发战略
7. 未来市场营销活动的形态
8. 以技术人员为主体进行市场营销的优势

第2章 市场营销战略的制定和实施

1. 如何制定市场营销战略
2. 市场营销战略的基本流程
3. 市场营销的基本工具
- ①成长—份额分析 ②安索夫成长矩阵
4. 市场营销的基本工具
- ③3c分析 ④市场细分和目标顾客
5. 市场营销的基本工具
- ⑤产品生命周期曲线分析 ⑥4p市场营销组合战略
6. 市场营销的基本工具
- ⑦swot分析 ⑧市场定位和为顾客提供价值

第3章 从技术中衍生出来的市场营销战略

1. 技术带来的“行业领域变革战略”
2. 技术联盟战略带来商业模式的革新
3. 安索夫成长矩阵中的技术战略模型
4. 不同市场定位中的技术战略
5. 市场营销组合（4p）战略和技术战略
6. 产品生命周期战略和技术战略
7. 波特的4个基本定位和技术战略
8. 品牌战略和技术战略
9. 商品品牌战略
10. 新技术带来的成长战略

第4章 制定技术营销战略

1. 制定技术营销战略的基本步骤
2. step1战略概念假说的设定和制定战略的假定条件的整理
- ①明确事业前景，目标和把握当前现状
3. step1战略概念假说的设定和制定战略的假定条件的整理
- ②产品—份额成长矩阵分析
4. step1战略概念假说的设定和制定战略的假定条件的整理
- ③整理技术营销战略制定过程中的假定条件
5. step2技术营销战略概念化假说的具体化
6. step3运用宏观市场分析确定有潜力的市场范围
7. step4设定战略核心技术的方法
8. step4战略核心技术的确定
- ①产品功能分析
9. step4战略核心技术的确定
- ②产品构造分析

10. step4战略核心技术的确定
- ③部件特性的分析
11. step4战略核心技术的确定
- ④产品功能—部件组合分析
12. step4战略核心技术的确定
- ⑤确定战略核心部件以及战略核心技术
13. step4战略核心技术的确定
- ⑥技术趋势分析
14. step5从战略核心技术的角度探索新的产品用途
15. step6市场特性分析的步骤
16. step6市场特性分析
- ①考虑产品结构的行业构造分析（一）
17. step6市场特性分析
- ①考虑产品结构的行业构造分析（二）
18. step6市场特性分析
- ②市场细分和目标顾客的选择（一）
19. step6市场特性分析..
- ②市场细分和目标顾客的选择（二）
20. step6市场特性分析
- ③目标顾客与顾客特性分析（消费品方面）（一）
21. step6市场特性分析
- ③目标顾客与顾客特性分析（消费品方面）（二）
22. step6市场特性分析
- ④目标顾客的顾客特性分析（生产资料方面）
23. step6市场特性分析
- ⑤分析关注目标顾客的竞争对手
24. step7新商品概念的企划
- ①新商品的创意策略
25. step7新商品概念的企划
- ②新商品创意的评价及筛选
26. step7新商品概念的企划
- ③新商品创意的概念化
27. step7新商品概念的企划
- ④市场定位分析
28. step7新商品概念的企划
- ⑤产品构造市场的定位（一）
29. step7新商品概念的企划
- ⑤产品构造市场的定位（二）
30. step8技术开发课题表的制作与重点化
- ①新商品的功能展现和功能—成本水平的设定
31. step8技术开发课题表的制作与重点化
- ②技术开发课题的解决方法的选定
32. step8技术开发课题表的制作与重点化
- ③技术开发课题的分类和重点化
33. step9技术营销战略的制定
- ①基本战略（短期）（一）
34. step9技术营销战略的制定
- ①基本战略（短期）（二）
35. step9技术营销战略的制定
- ②市场营销中的4p、技术开发战略、联盟战略
36. step9技术营销战略的制定
- ③开展计划（中长期）
37. step9技术营销战略的制定
- ④组织体制（一）

38. step9技术营销战略的制定

④组织体制（二）

第5章 技术营销战略实施的要点

1. 导出战略课题所需的战略图的制作
2. 课题的重点化
3. 组织变革计划的假定
4. 实施计划的拟定

第6章 技术营销战略的组织体制

1. 作为战略制定与实施前提的人或组织
2. 因战略重点不同而不同的核心组织
3. 制定和实施战略所需的组织体制

第7章 技术营销战略的组织基础结构

1. 战略制定和实施的组织基础结构
2. 组织意见决定的基础结构
3. 跨组织活动的基础结构
4. 技术人员的人才战略的基础结构

①技术人员必备的管理能力及其学习

5. 技术人员的人才战略的基础结构

②技术人员的职业管理

6. 技术人员的人才战略的基础结构

③技术人员的人才培养

7. 作为基础结构的知识资本战略

8. 顾客、市场信息的基础结构

9. 与联盟者、交易方、供应方等外部组织形成的网络结构

附录1 制定技术营销战略的分析图

附录2 技术营销战略制定和分析附表

• • • • • ([收起](#))

[技术营销_下载链接1](#)

标签

营销

商业

评论

适合技术人员的营销体系知识。

[技术营销_下载链接1](#)

书评

[技术营销_下载链接1](#)