

顶尖营销核心利器



[顶尖营销核心利器_下载链接1](#)

著者:盛斌子

出版者:中华工商联合出版社

出版时间:2013-3-1

装帧:平装

isbn:9787515801001

给您，顶尖企业营销的核心利器！

这是一本承载顶尖企业营销工具秘籍的书；

这是一本把营销“潜规则”亮出来的书；

这是一本提出问题、分析问题、解决问题的工具书；

这是一本企业营销人（销售、推广、传播、策划）都迫切需要的书。

作者介绍:

盛斌子

家居（建材、家电）营销咨询顾问，培训师，商业合伙人

十余年销售与市场职业经理人生涯，中国百位品牌营销与策划代表人物

在著名家电、建材、快消品企业从事过分公司总经理、营销总监、市场总监、渠道总监等职务

出版有《渠道激励：营销制胜的核心利器》《出奇制胜：泛家居（建材、家电）营销非常术》《终端爆破：立体整合营销突围》等营销专著

主讲课程：（1）建材家居经销商管理之“独孤九剑”；（2）困局与破局——建材经销商经营突围；（3）建材家居渠道设计与开发；（4）渠道冲突管理；（5）如何操作家装渠道；（6）终端爆破——立体整合营销推广突围；（7）如何制订营销计划；（8）营销人员的量化管理；（9）渠道管理与激励——营销制胜的核心利器；（10）顶尖营销核心利器

目录: 目录

品牌推广篇

工具1: 品牌蓝图工具

工具2: 市场发育程度与广告策略模型

工具3: 品牌生命力模型

工具4: 品牌消费指数模型

工具5: 品牌指标与品牌手段模型

工具6: 品牌资产模型

工具7: 理性诉求与感性诉求

工具8: 品牌定位模型

工具9: 品牌诉求金字塔模型

工具10: 品牌定位金字塔

工具11: “品牌性格”企划纲要

工具12: 品牌时间管理的金字塔模型

工具13: 品牌资产Asker模型

工具14: 品牌忠诚度模型

工具15: 360度整合传播理论模型

工具16: 产品属性与消费者利益模型

工具17: 确定消费者需求潜力三步骤

工具18: 品牌包装评估

工具19: 市场细分——“动机矩阵”利益细分

工具20: 产品概念提炼流程 //
工具21: 广告片中产品概念写作模板
工具22: 创意思路评估模板
工具23: 利益形象化评估模板
工具24: 戏剧性效果评估模板
工具25: 广告语评估模板
工具26: 广告创意说明模板
工具27: 创意评估检查清单
工具28: 促销效果评估工具
工具29: 消费者促销方式
工具30: 渠道促销
产品推广篇
工具31: 产品生命周期与营销政策使用
工具32: 产品生命周期广告方式
工具33: 产品生命周期促销方式
工具34: 新品上市阶段工作进度掌控表
工具35: 新品推广卖点提炼法
工具36: 泛家居（建材、家电）新品推广标准流程
渠道策略篇
工具37: 渠道策略模型
工具38: 零售渠道开发阻力分析法
工具39: 市场—渠道—产品策略模型
工具40: 销售渠道检核表
工具41: 产品—市场—渠道三维策划图
营销定位与机会篇
工具42: 战略风险—紧迫度矩阵
工具43: 标杆分析法+内外部16个战略
工具44: 消费者:细分市场吸引力
工具45: 公司定位:市场增长率与公司增长率比较
工具46: 公司定位:多产品战略势态图
工具47: 5W2H分析法
工具48: GE矩阵分析法
工具49: 竞争对手强弱分析的一种方法
营销计划篇
工具50: 销售分析工具
工具51: 年度营销计划迷你版
工具52: 年度营销计划模板
营销管理篇
工具53: 销售预测与库存结构管理工具
工具54: 企业经营管理检核表
工具55: 营销问题聚焦矩阵
• • • • • ([收起](#))

[顶尖营销核心利器 下载链接1](#)

标签

营销

工具

商业

营销48本书

方法

销售

盛斌子

由浅入深，非常实用！

评论

快速浏览完了，里面一些工具还行，不过不实际使用只能是库存的垃圾

工具书，干的不能再干了

难得

[顶尖营销核心利器 下载链接1](#)

书评

《顶尖营销核心利器》这确实是一本营销人都非常需要的工具书，书中的69个工具把销售层面的核心问题基本都涵盖到了，而且里面的工具非常具有实战意义。虽然我们不一

定在大企业混过，但是有了对这本书的学习，相信在营销领域也会有很大的提升。好书希望能与大家共同分享！

看后方知：这是一本顶尖企业营销工具秘籍的书；也是一本提出问题、分析问题、解决问题的工具书；虽说没有做营销这一行的人看似有点专业，其实方法很实用。读这本书后得要会利用，如果无法与营销工具拉近距离，那也只是营销浅尝辄止的过客。看了内容，有大量营销...

[顶尖营销核心利器_下载链接1](#)