

营销管理实务



[营销管理实务_下载链接1](#)

著者:李先国//曹献存

出版者:清华大学

出版时间:2010-2

装帧:

isbn:9787302211242

《营销管理实务》由7个单元组成，内容包括终端管理、客户服务管理、营销团队管理等市场营销管理所涉及的理念及实务专业知识，还全面介绍了汽车、房地产、服务等行

业营销管理的原理、原则和方法，及其在企业经营实践中的应用，并积极探索市场营销管理的前沿理论和信息。《营销管理实务》既可以看做《营销管理基础》(清华大学出版社，ISBN

978-7-302-21126-6)内容的拓展，又自成体系；既有一定的理论深度，又具有很强的可操作性。《营销管理实务》取材广泛，实用性强，语言通俗易懂，具有很强的针对性和实用性。

《营销管理实务》不仅可作为营销认证考试指定用书，高等院校管理、营销等相关专业学生、教师和研究人员的参考用书，还可以作为各类社会培训机构和企业市场营销人员的培训用书，以及有志于从事营销工作人员的自学用书。

作者介绍:

目录: 第一章 终端管理 1	第一节 铺市 1	一、铺市的特点、形式、阶段及原则 1	二、有效铺市的优点 4	三、铺市失败的影响 4	四、铺市成功的关键 5	第二节 终端管理实务 10	一、理货 10	二、终端拜访 11	三、终端维护工具 13	四、终端促销 14	五、卖场生动化 14	第三节 通路精耕 18	一、通路精耕的概念 18	二、通路精耕的意义 19	三、通路精耕的内容与表现形式 19	第四节 终端拦截 20	一、终端拦截的意义 20	二、终端拦截的原理 21	三、终端拦截的表现形式 22	四、终端拦截策略 22	五、终端反拦截 26	第二章 客户服务管理 32	第一节 理解客户服务 32	一、客户的内涵 32	二、客户服务 34	三、客户服务的分类 34	四、客户服务的主要内容 36	第二节 客户投诉 41	一、客户投诉的原因 41	二、客户投诉的心理状态分析 45	三、有效处理客户投诉的意义 46	四、客户投诉的内容 48	五、处理客户投诉的原则 49	六、处理客户投诉的步骤 50	七、投诉处理的技巧 54	第三节 客户满意度管理 62	一、客户满意度的含义 62	二、影响客户满意度的因素 62	三、客户满意度的衡量指标 64	四、客户满意度测试 65	五、建立客户服务满意体系 69	六、提高客户满意度的方法 71	第四节 客户忠诚度管理 78	一、客户满意不等于客户忠诚 78	二、客户忠诚的类型 78	三、客户忠诚的价值 80	四、制定客户忠诚计划 81	五、客户忠诚度的测量 85	六、提高客户忠诚度的途径 86	七、提高客户忠诚度的技巧 88	第三章 营销团队管理 91	第一节 营销团队构建 91	一、设定营销团队目标 91	二、设计营销团队结构 92	三、确定营销团队规模 93	四、明确营销团队报酬 94	第二节 营销团队管理方法 95	一、营销团队的日常管理 96	二、营销团队的绩效考评 107	第四章 汽车营销管理 110	第一节 汽车的基础知识 110	一、汽车的类型 110	二、汽车的总体构造及主要性能指标 111	第二节 汽车营销环境 114	一、政治与法律环境 114	二、经济环境、市场环境与市场营销 117	第三节 汽车市场营销 121	一、汽车品牌策略 121	二、汽车服务策略 126	三、汽车定价策略 131	四、汽车渠道策略 141	五、汽车促销策略 149	第五章 房地产市场营销管理 158	第一节 房地产与房地产市场 158	一、房地产的概念和特征 158	二、房地产业 161	三、房地产市场的构成 162	四、房地产市场的特征 166	第二节 房地产市场营销的概念及特点 170	一、房地产市场营销的概念 170	二、房地产市场营销的特点 171	第三节 房地产市场营销策略 174	一、房地产市场营销组合 174	二、房地产营销组合策略 174	第六章 服务市场营销管理 187	第一节 服务市场营销概述 187	一、服务的分类与特征 187	二、服务市场营销组合 189	三、服务市场营销与产品市场营销的差异 191	第二节 服务质量管理 191	一、服务质量的内涵与测定 191	二、提高服务质量的策略 193	三、服务质量与顾客服务 194	第三节 服务的有形展示 196	一、有形展示及其类型 196	二、有形展示的作用 197	三、有形展示的管理 198	四、服务环境的设计 198	第四节 服务定价、分销与促销 199	一、服务定价 199	二、服务分销 201	三、服务促销 202	第七章 市场营销新发展 206	第一节 营销模式的演变 206	一、第一代营销模式——短缺经济时代的4P组合 206	二、第二代营销模式——饱和经济时代的4C营销组合 206	三、第三代营销模式——客户经济时代的4R营销组合 207	四、第四代营销模式——新经济时代的4V营销组合 208	五、四代组合营销模式比较 209
----------------	----------	--------------------	-------------	-------------	-------------	---------------	---------	-----------	-------------	-----------	------------	-------------	--------------	--------------	-------------------	-------------	--------------	--------------	----------------	-------------	------------	---------------	---------------	------------	-----------	--------------	----------------	-------------	--------------	------------------	------------------	--------------	----------------	----------------	--------------	----------------	---------------	-----------------	-----------------	--------------	-----------------	-----------------	----------------	------------------	--------------	--------------	---------------	---------------	-----------------	-----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	-----------------	----------------	-----------------	----------------	-----------------	-------------	----------------------	----------------	---------------	----------------------	----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------------	-------------------	-----------------	------------	----------------	----------------	-----------------------	------------------	------------------	-------------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	----------------	----------------	------------------------	----------------	------------------	-----------------	-----------------	-----------------	----------------	---------------	---------------	---------------	--------------------	------------	------------	------------	-----------------	-----------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	-----------------------------	------------------

六、CCDVTP：科特勒最新营销模型 210 第二节 营销新概念 212 一、网络营销 212
二、关系营销 214 三、整合营销 220 四、事件营销 229 五、直复营销 232 六、会议营销
237参考文献 241
• • • • • [\(收起\)](#)

[营销管理实务_下载链接1](#)

标签

营销管理实务

评论

[营销管理实务_下载链接1](#)

书评

[营销管理实务_下载链接1](#)