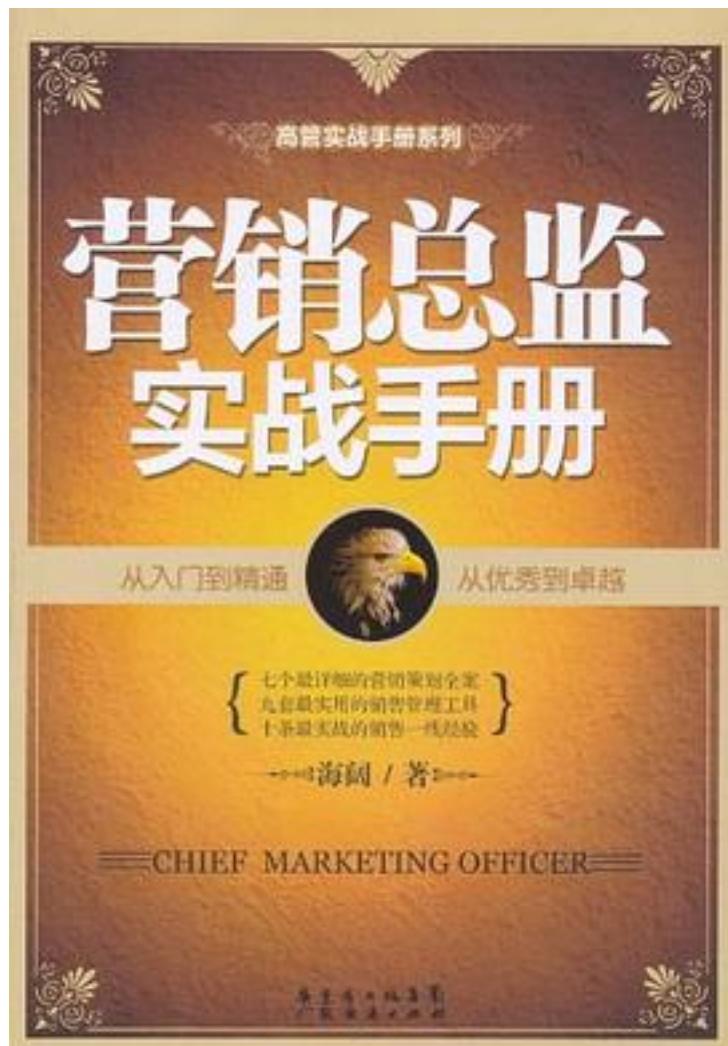


营销总监实战手册



[营销总监实战手册 下载链接1](#)

著者:海阔

出版者:广东经济

出版时间:2011-5

装帧:

isbn:9787545407136

《高管实战手册系列》作为一套企业高管走向职业化、提升领导力的实用型图书，由资深专家海阔执笔，立足中国企业实际，坚持“管理理念+实用案例+操作要领”的编写思路，《高管实战手册系列》全面阐述了各高层管理职位的基本素质要求、工作职责和管理技能，解答了管理实践中可能遇到的事种问题，并提供具体可行的操作技巧和实践方法，是一套集操作性和指导性为一体，颇具指导价值的管理经典读本。

作者介绍：

著名培训师，营销管理专家。十三型人格理论创建、传播导师。曾任中电通信直销部总经理、蜥蜴团队营销策划公司市场部总监、中网天元品牌策划公司副总经理等职，现为清华大学继续教育学院特约讲师、前沿讲座电视栏目特约讲师等。

著有《中国式十三型人格——你的下属是哪种人》《斯沃森准则：33个让你脱颖而出的工作智慧》《红楼商道·管理学》《红楼商道·营销学》《商战红学——企业成败密码》等。

目录: 上篇 实战经验篇 第一章 职责定位——从选手向教练华丽转身

一、不越权，但不能“大权旁落” 二、管理风格要与公司文化融会贯通

三、别把销售团队带成“独立王国” 四、胸怀决定成败 第二章

营销战略——量体裁衣是最佳选择 一、详细“体验”企业的营销战略

二、在企业最“牛”的方面下工夫 三、莫陷入“泥潭”型细分市场

四、尽力不与对手正面血拼 五、学会“过滤”市场分析报告 第三章

销售策略——总比对手棋高一着 一、产品策略：目标人群定位，要射中靶心

二、产品卖点：既战胜竞争对手，又突显自身优势

三、渠道策略：招商策略要让经销商“出乎意料”

四、价格策略：摆脱价格战的两个捷径 五、促销策略：在促销广告上下足工夫 第四章

渠道管理——把握好“养鱼”和“捕鱼”的时机

一、主渠道、二渠道、直控渠道，哪条道是“近道” 二、窜货，切忌投鼠忌器

三、谨防督导成为“双面间谍” 四、学会与竞争对手“分享”渠道

五、自建渠道的“美丽与哀愁” 第五章 客户服务——学会“看人下菜碟”

一、客服人员的心灵拓展攻略 二、根除“拖延综合征” 三、把大客户变成“摇钱树”

四、在服务中挖掘销售“灵感” 五、客服的全国一盘棋策略 第六章

促销管理——“软效果”与“硬效果”要兼得 一、避免“山寨促销活动”的两大准则

二、促销活动“雷声大，雨点也要大” 三、赠品、折扣，可遇还要可求

四、让路演名利双收 五、与竞争对手唱对台戏，要永远不动声色 第七章

公关传播——一切忌跟着感觉走 一、要把握好事件公关的炒作要点

二、危机公关，不能往枪口上撞 三、网络公关，要通俗、不要庸俗

四、公关软文形散神不散的秘诀 五、公关传播，别让对手牵着走 第八章

品牌管理——拼的是文化内涵 一、培育产品品牌文化的禁忌

二、“过时”产品如何靠品牌旺销 三、兑现你所有的品牌承诺

四、让你的品牌文化永远18岁 五、品牌，如何走出模仿迷局 第九章

团队管理——激情、才华、智慧、凝聚力，一个不能少 一、团队的“黄金搭档法则”

二、用“第六感”去招聘 三、“真刀真枪”做培训 四、绩效与团队文化建设唱双簧

五、把激励经常化、“家常化” 第十章 自我提升——保持恒久的温情

一、把时间用在刀刃上 二、别让销售指标击垮职业规划 三、压力的两大“克星”

四、最安全地挑战原有管理制度 五、卧槽永远是最佳选择 下篇 实战案例篇 第十一章

A企业××产品黑龙江招商发布会策划全案 一、活动策划 二、活动筹备 三、媒体配合

四、经费预算 第十二章 风顺卡幸福无障云南游活动策划全案 一、活动概述

二、风顺卡销售渠道规划及设计构思 三、风顺卡企业赞助及合作方案

四、风顺卡推广活动合作单位 五、人员安排及管理办法 六、第一阶段促销活动

七、第二阶段促销活动 第十三章 B公司通信产品2010年度公关方案

一、行业市场现状及发展 二、B公司的现状和面临的挑战 三、2010年度公关策略

四、2010年度公关推广方案 五、费用预算 六、效果预测 第十四章
C公司电子学习产品招商策划全案一、营销策略 二、招商政策 第十五章
D网站基层员工、中高层管理者培训策划全案一、各类员工存在的问题
二、中高层管理者存在的问题 三、培训流程 四、培训计划 五、培训方案 第十六章
E火锅品牌改造方案一、对E火锅品牌进行SWOT分析 二、品牌梳理 三、价格策略
四、VI改造 五、促销策略 六、传播策略 七、公关策略 八、招商策略 九、市场管控
第十七章 F公司公益活动策划案例一、活动概述 二、论坛内容 三、准备活动
四、赞助方案 五、企业宣传回报附录 实战工具一、市场营销工作五日报
二、专营店半月商品流向单 三、专营店月营销计划 四、事业部月核算表
五、事业部经营费用月报表 六、市场旬工作计划 七、代理商标准合同
八、企业VI打造所需的必要内容 九、代理商窜货管理办法样本参考书目
• • • • • (收起)

[营销总监实战手册](#) [下载链接1](#)

标签

营销

管理

商业

策划

工作职场

经济

广告

评论

实践证明，坚持睡前热水泡脚，不仅可预防感冒、咳嗽、胃寒痛之类的疾病，还可加强血液循环，助心脑血管畅通，尤能一改以往脚冷刺激大脑皮层而睡眠不佳的状况。难怪宋人苏东坡晚年吟诗称道：“主人劝我洗脚睡，倒床不复闻钟鼓。淘宝搜索店铺合谷养生堂” <http://t.cn/RtegIRC>

前部分算是扣题的标准作文，后部以大量的活动发布细节充斥了后大半（实属不该），忽略了扩展总监这一level视野的内容。

[营销总监实战手册 下载链接1](#)

书评

[营销总监实战手册 下载链接1](#)