

《营销策划：精于思，易于行（第6版）》

书籍信息

版次：1

页数：420

字数：668000

印刷时间：2011年06月02日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787121134487

内容简介

营销策划（第6版）在世界各地都是畅销书排行榜上的亮点。与上一版相比，本书经重新修订，紧跟市场营销的*进展，对每一个章节都进行了必要的调整。添加了大量关于客户关系管理（CRM）、未来市场运行图、整合营销、分销战略等内容，以及在营销领域其他与技术相关的影响因素。本书完全以读者角度出发，通过精心的内容和体例设计，极大地满足了读者的学习需求。其所提供的理念、处理问题的方式全部可以应用于实际工作当中。

目录

- 第1章 全面了解市场营销过程
- 第2章 市场营销策划流程：1主要步骤
- 第3章 营销策划流程：2消除困惑
- 第4章 实施市场营销审计：1客户与营销审计
- 第5章 实施市场营销审计：2产品审计
- 第6章 制定市场营销的目标和战略
- 第7章 沟通计划：1广告与促销计划
- 第8章 沟通计划：2销售计划
- 第9章 定价计划
- 第10章 分销与客户服务策略
- 第11章 营销信息、预测与营销策划组织
- 第12章 营销策划中的执行问题
- 第13章 有序的营销策划系统
- 附录A 市场营销沟通策略：1广告与促销计划

[显示全部信息](#)

前言

关于这本书的研究最早是在1975年，其间不间断的被作者和全世界的各国学者进行更新修订。然而，与其被一个个的文献打乱文章的内容结构，不如让读者获得一份所有来自M.McDonald和B.Smith的《战略性营销策划》（克兰菲尔德大学管理学院CranfieldUniversity School of Management调研系列）的相关研究成果。

自1984出版以来，本书是第六版，已经帮助了数以千记的实战经历，解决了复杂棘手的

营销策划问题。很多人都给我写信，感谢书中提供的严肃实用的解决方案。这激励着我对书本不断的更新，将我在这个复杂的市场领域中最新的研究心得与经验融入其中。这份支持也在某种程度上促使我增加了一个按照步骤进行的章节，对于营销策划“如何执行”的方案。这本书细致的为读者讲述了营销策划的流程步骤，同时也提供了详尽的列出了相关概念和方法论。我这么做是因为，从在专业领域领先的国际大公司，到规模较小的本土公司，在营销策划的流程和方法论，以及实际实施之间中存在着较大的分歧与误解，比如，战略营销策划和战术营销策划，我希望对您有所帮助。

我还将营销领域的最新思考融入到了该修订版中，没有努力使其非常详尽，也没有涉及到管理的方方面面。比如，书中有相关客户关系管理的叙述，数据库营销，整合营销和多渠道营销，竞争性战略和市场调研，读者如果想要更详尽的相关方法论可以通过专业书籍进行获取。

[显示全部信息](#)

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)