

《营销计划的制定》

图书基本信息

书名：《营销计划的制定》

13位ISBN编号：9787810008907

10位ISBN编号：7810008900

出版时间：1998-10

出版社：对外经济贸易大学出版社

作者：约翰·韦斯特伍德

页数：157

译者：常玉田

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《营销计划的制定》

内容概要

你们销售科的目标任务都有哪些？下一次促销活运之后有什么打算？

看看这本书，只需半个小时，你就可以学会如何制定一份营销计划，把握调查研究、准备资料、起草润色的招数和手法。

这本书非常实用，它将教你：

明确你的销售目标；

把目标体现为策略手段；

制定预算、精打细算；

起草、修改、提交销售计划。

有了这本救急指南，就能写出一份专业的销售计划书，既翔实可行，又卓有成效。

书籍目录

第一章 什么是营销计划？

什么是“卖”？

什么是营销？

什么是营销策划？

营销计划准备的步骤

第二章 情况分析

营销审查

营销环境与市场调查

什么是市场分割？

信息一览表

如何陈述数据

SWOT分析法

第三章 目标、策略和行动方案

什么是营销目标？

不同阶段产品的销售量产品组合

市场的相对增长率和市场份额

什么是营销策略？

各种行动计划

第四章 配销、促销宣传和预算

配销计划

广告宣传计划

成本与预算

营销计划的成本概算

第五章 营销计划的撰写

内容一览表

前言

实施提纲

情况分析

营销目标

营销策略

进度表：什么、何地、与如何

营销宣传

预算和盈亏核算

监控与更新程序

第六章 计划的陈述、补充和修改

计划的陈述

补充和修改

结论

《营销计划的制定》

版权说明

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.tushu111.com