

# 《六力营销》

## 图书基本信息

书名：《六力营销》

13位ISBN编号：9787504756520

出版时间：2015-6

作者：张继明

页数：248

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](http://www.tushu111.com)

# 《六力营销》

## 内容概要

品牌要长久，需满足“六力营销”条件。桑迪首创的六力营销理论跳出单纯分析产品的思维，侧重分析企业整体营销能力，综合评估企业所占有的营销资源和所拥有的6力营销指数。六力营销讲究协同作战，要求明确自身的短板，及时提升，优化整合，互相借力，战略共赢。把重点品种做深做透，企业靠核心品种赢利，集中资源核心单品突围，打造品牌，再带动其系列产品群，做强做大，这是六力营销的核心思想。

# 《六力营销》

## 作者简介

张继明

改革开放30年中国策划标志人物

中国十大营销策划专家

桑迪营销咨询机构首席咨询官

品牌六力营销（6力营销）实战理论创始人

深耕研究并成功实践品牌营销15年，发表论文200万字以上，著有《谋定市场》、《智揽天下》、《营销无规则执行有标准》、《透视：医药保健品营销99例》(与人合著)、《借力共赢》、《医药营销那些事儿》、《指尖上的营销》等实战营销专著，全国进行过上百场营销专题讲座。擅长创建六力营销实战体系、构建差异化品牌战略与营销策略，倡导“不做无销售力的策划”的行销理念，连续五年被业内评为最富有销售力的实战派营销专家。成功服务过清华紫光集团、脑白金、东药集团、神威药业、交大昂立、红豆集团、香港新世界、滇虹药业、广药潘高寿、君山银针、欧诗漫集团、南京同仁堂、利君制药、人福医药集团、三金集团、老百姓集团等诸多知名品牌或企业，并成为众多企业的常年营销顾问。

## 书籍目录

### 第一章决策力1

老板在凭什么做决策3

方向不对，一切白费5

优秀决策者的5种特质7

规范你的决策流程10

绘制你的决策蓝图16

决策跟着感觉走风险有多大18

容易导致决策失误的九种因素20

如何培养快速决策能力25

引领决策成功的九大战略问题30

### 第二章产品力43

好产品为何没有好市场45

洞察消费者与产品研发战略48

产品力是成功营销之根基50

产品研发遵循的战略原则52

产品力的五大核心要素54

产品线规划与产品整合 57

如何制定产品组合战略60

创新产品定价策略62

创新产品内涵与产品外延66

产品线延伸与产品战略68

产品创新管理中的常见误区 72

### 第三章策划力75

策划力是个什么玩意儿77

深刻读懂你的消费者80

研究竞争对手在干什么83

市场细分与市场定位86

软文策划的六步法88

视频广告策划的策略原则90

事件营销制造轰动效应93

盘点策划失误的九大误区96

### 第四章执行力101

执行力：老板不得不重视的话题103

执行决定营销成败105

坚守执行力的六个法则108

如何有效地执行战略110

领导决定团队的执行力114

如何提高组织执行力116

如何提高个人执行力119

把握执行的三个核心流程122

组织执行力的九个误区124

### 第五章传播力129

没有传播，何来品牌131

传播赢在创新，贵在坚持133

如何制定合理的传播策略136

新闻软传播，隐形创品牌140

信息化时代，传播力如何系统升级141

制定有效传播的十个法则	144
解读社会化媒体传播之道	147
微营销传播，营造好口碑	150
不可小觑的网络传播力	154
第六章品牌力	157
品牌为什么如此有魔力	159
老板不可复制，品牌可以传承	162
品牌战略：企业战略的核心	164
提炼品牌核心价值的十大法则	169
打造品牌差异化的六步战略	173
品牌识别，差异化形象之魂	176
正确评估品牌代言人的价值与风险	179
品牌危机管理的关键要素	182
第七章六力营销案例解密	187
解读白云山复方丹参片	189
解读古汉养生精	194
解读心宝·龟鹿补肾片	199
解读神奇·珊瑚癣净	202
解读王老吉	205
解读东药·整肠生	209
附录	
知名企业家谈六力营销	215
新形势、新机遇、新挑战	217
如何提升医药品牌传播力	218
洞察市场,亮剑终端	220
药店要与品牌厂家合作共赢	222
全民健康需求，产业发展机遇	223
提升企业执行力	225
老字号品牌如何扭亏为赢	226
产品价值决定产品力	228
领导者激发员工执行力的“个性化关怀”	229
目标管理的五大技巧	230
后记	233

## 精彩短评

### 1、定位理论，营销案例分析

# 《六力营销》

## 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](http://www.tushu111.com)