

《铁路营销管理词典》

图书基本信息

书名：《铁路营销管理词典》

13位ISBN编号：9787113028305

10位ISBN编号：7113028306

出版时间：1997-10

出版社：中国铁道出版社

页数：228

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

书籍目录

目录

一 营销灵魂

两个转变

集约经营

市场意识

营销意识

竞争意识

时机观念

质量意识

效率意识

效益观念

营销战略

市场竞争策略

创新取胜策略

优质取胜策略

优良服务取胜策略

优价取胜策略

快速取胜策略

联合取胜策略

信誉取胜策略

灵活取胜策略

市场营销观念

市场竞争战略

优势取胜策略

市场开发型战略

市场开发策略

市场创新战略

市场渗透策略

市场渗透型战略

混合型战略

忧患意识

服务意识

路风意识

风险意识

法律意识

成本意识

广告意识

名牌意识

机遇意识

企业精神

公关意识

企业宗旨

铁路企业形象

精神风貌

思想作风

政治作风

工作作风

生活作风
敬业精神
奉献精神
牺牲精神
吃苦精神
使命感
紧迫感
责任感
危机感
抢占滩头
时不我待
抢夺先机
宣传促销
职业道德
职业纪律
社会效益
经济效益
衣食父母
“上帝”
“财神爷”
二 营销载体
市场
市场经济
买方市场
卖方市场
国际市场
运输市场
市场营销
大市场营销
市场机制
市场空间
市场容量
市场潜力
市场潜量
市场环境
市场份额
市场占有率
市场覆盖面
市场营销环境
市场调研
市场研究
市场定位
产品定位
市场分析
市场指数
市场实验
市场开发
市场引导
市场预测

市场结构
市场细分
市场分裂
市场趋势
市场反馈
市场信息
市场情报
行情
市场竞争
第二次竞争
潜在竞争
市场培育
习惯价格
定价策略
市场订价
经济杠杆
价格杠杆
价值规律
需求规律
市场饱和
市场疲软
目标市场
主要市场
主要产品
潜在市场和250效应
合法经营
市场营销决策
市场需求预测
市场份额分析
市场占有率预测
市场因果性研究
市场营销定性调查
市场营销定量调查
市场探测性研究
市场描述性研究
消费者
消费者需求
消费者行为
消费者分析
消费者担心风险
优越心理需求
心理消费
习俗心理需要
需求层次论
生理需求
安全需求
社会需求
自尊需求
自我实现需求

精神需要
有效需求
否定需求
需求弹性
购买习惯
始购动力
购买力
消费心理
消费者态度
潜伏需求
潜在需求
需求分析
商战
官商
坐商
“铁老大”
行商
竞标
标的
直销
赊销
劝销
限价
让利
招标
投标 竞标
拍卖
发包
无形资产
适销对路产品
拳头产品
铁路运输产品
产品观念
产品促销
广告效应
广告目标
名人效应
交通广告
宣传目的
思想引导
人际关系
公共关系
公关小姐
公关部
私人交情
经济吸引区
推销区域
投资环境
商品推销准备

情感促销
形象推销
媒体
媒体营销
开发性营销
个人推销
自我推销
通信销售
发展性营销
刺激性营销
启发性营销
电话营销
测试营销
序列营销
无差异性营销
差异性营销
集中性营销
维持性营销
扭转性营销
共生营销
低压销售
再营销
低营销
反营销
营销风险
访问销售
展示销售
创造性推销
角色促销法
营销渠道
销售定额
主要市场
销售促进
直接销售渠道
间接销售渠道
销售渠道竞争
销售渠道策略
销售渠道合作
经纪人
营销计划
营销宣传
营销文化
营销控制
营销活动管理
营销组合
销售潜能
销售管理
规模经营
规模效益

以销定产
知名度
品牌知名度
品牌延伸
品牌忠实度
回头客
营销近视
侃价
一锤子买卖
惠顾心理需要
情感驱动力
场所习惯
感知判断
感知不协调
感情移入
高附加值
技术含量
三 营销活用
铁路客货营销机制
运输组织市场营销
铁路客货营销计划
旅客运输市场营销
旅客运输促销
客票发售
行李、包裹运输市场
邮政运输
车票发售代理制
货物运输市场营销
货运市场营销特点
铁路旅客票价
运力保证部门市场营销
宣传战线市场营销
均衡运输
重载列车
集装箱运输
捎脚运输
协议运输
列车运行图
门对门运输
保价运输
直达运输
联运
水陆联运
保险运输
保价方式的选择
联网售票
无人售票
无轨车站
无轨铁路

电话售票
异地售票
流动售票
往返票
联程票
定额票
月票
季票
年票
磁卡票
优质优价
浮动价格
弹性价格
季节价格
团体优惠
直通旅客列车
磁悬浮列车
快速列车
红旗列车
夕发朝至列车
朝发夕至列车
货运五定班列
广告列车
旅店列车
学生专列
假日专列
球迷专列
混编列车
临客
行包专列
行包快运
货运“一票制”
递送市场
“航空式服务”
绿色通道
微笑服务
“窗口革命”
延伸服务
白物资
黑物资
铁路推销人员素质
铁路推销人员招聘
营销人员的确定
铁路运输营销费用
铁路营销人员培训
营销业务指导
营销工作组织
营销员考核与奖惩
营销的基本步骤

运输营销的程序和方法

营销员的容貌

营销员的服装

营销七忌

客户拜访

四 营销管理

政企分开

优惠政策

剥离分流

包死基数

松绑放权

脱钩经营

承包经营

多元经营

租赁经营

自负盈亏

分餐制

分灶吃饭

断奶断粮

工效挂钩

一条龙服务

收入挂钩率

风险机制

激励机制

优胜劣汰

重奖重罚

财务管理

能干会算

开源节流

堵漏保收

合理化建议

形势教育

集思广议

强化素质

换脑

路风

路誉

路风教育

路风建设

安全正点

安全

安全生产

事故

安全感

路风事件

好处费

价外收费

销售服务

仪表仪容

文明礼貌
售前服务
售中服务
售后服务
优质服务
服务质量
经营作风
车容车貌
耳濡目染
站容站貌
成本否决
扶老携幼
尊客爱货
反客为主
争先创优
明码标价
特邀路风监督员
自查自纠
社会监督
舆论监督
换位思考
虚糜
有偿转让
买断经营
发展实业
多种经营
巧装满载
营销机构
经济合同
不正当竞争
不公平竞争
否定需求
五 营销韬略
抛砖引玉
趁火打劫
六 营销妙语
窘境
沉思
奋起
曲折
希望
附录 营销案例
走向营销
走过去前面是个天
走向市场天地宽
天义之路
市场的潜力有多大
“上帝”的回报
延伸之路

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