

# 营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版）



[营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版）\\_下载链接1\\_](#)

著者:[美] 勒曼 等 著，刘艳红，裴蓉 译

[营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版）\\_下载链接1\\_](#)

标签

评论

还没有看呢

-----  
还没看希望有好货。。。。。

-----  
刚到的书，还没有看啊，应该不错的！

-----  
不错的！???

-----  
次买了好多！！！终于享受到了纸箱包装的待遇～哈，很开心！这次书确实没有受任何伤！很不错的！！！继续加油吧

-----  
东西很不错，快递挺快的 东西很不错，快递挺快的 东西很不错，快递挺快的  
东西很不错，快递挺快的

-----  
图书已经收到了，京东不错的很，快递快质量也好，是正版图书呢

-----  
快递给力!!!!!!!

-----  
书写的不错，谁不好说

-----  
买了很多还没有看……

-----  
转行了，哎，又白买了

-----  
期望过高，都是理论的东西，实际作用不大！

-----  
还没有看，但是书的质量不错

-----  
纸的质量感觉和上学时的课本差不多

-----  
这本书不错，挺好的

-----  
好的营销对于经营自己的公司来说至关重要，那不是凭空想想就能实现的理念，需要有理论作为基础，这本书用事例来说明和分析，恰到好处，通俗易懂，能更好的辅助我学习营销，是一本不可多得的好书，推荐给想要学习营销的朋友！

-----  
很不错的，走就想入手了，排版装帧都不错

-----  
这类型的书都是用来查找资料用的

-----  
正是自己所需要的，不错。

-----  
还没看，希望有所帮助

-----  
营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版）

-----  
京东快递给力呀，书也好的，?的

没什么用，不是我想要的，很多思维，逻辑还是需要通过实践去积累

纸质挺不好的，还没有读

帮别人买的，应该还可以，，，，，

质量很好，里面很多分析工具图表，应该不错

买了，一直在忙没时间看呢。等看了再补评吧

质量ok 价格便宜 第二天就能收到 非常好

京东物流就是给力

公司要买的，还可以

该书作为营销参考资料书，通俗易懂，值得推荐！

正是我选的书，和在店里看的一样，不过东东活动价，相当厚道，比较喜欢

屯书买的，慢慢看

-----  
物流速度快。送货员服务态度不错。比书店便宜。

-----  
买的第二本，送人用。内容丰富实用

-----  
还没看 速度很快 还不错

-----  
还没有看，先看其他书

-----  
学习一下别人的思路和案例，借鉴学习中。

-----  
很好，朋友很喜欢，还想再要

-----  
好書推薦，很實用的一本書

-----  
多快好省 京东直营 靠谱 虽然书的纸张感觉欠缺

-----  
学习中 买书如山倒 读书如抽丝～～

-----  
理论书，感觉一般，随便看看

-----  
书还不错，主要看你关注哪些。

-----  
准备看的，好书 好书 好书

-----  
书很给力，收获很多。

-----  
给单位采购的参考书，用于学习

-----  
还不错，不过还没时间看

-----  
内容不错，快递不错，挺好。

-----  
正品书记值得购买 很好

-----  
可以可以商品、送货速度还可以

-----  
看起来不错啊看起来不错啊

-----  
读大学的时候老师就告诉过我们，买营销类的书如果有实务两个字，一般都不会很枯燥，不是全理论性的内容，可以激发我的灵感，不错，对工作有帮助！

-----  
外观很精致，内容很充实，精辟

-----  
性价比非常高，非常喜欢。

-----  
确实有用，非常适合入门

-----  
内容不错，通俗易懂，值得推荐

-----  
快递给力

-----  
不错不错不错不错不错

-----  
买来囤货的，还没看。。。

-----  
营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五

-----  
这本书，还算可以，要是能打折就更好了

-----  
实用 充电学习

-----  
适用于资金不够雄厚的企业，利用强有力的广告营销创意来大幅度地增加销量，再也不用花费大笔的广告费用了！

-----

市场分析方面的内容还是比较实用的。值得借鉴思路。

-----  
深入浅出的书籍，思路清晰

-----  
还没看内容，但是书不错的样子

-----  
非常不错,速度非常的快!

-----  
营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版），内容丰富，值得研究。营销人员可以参考。

-----  
实用，图文并茂便于理解

-----  
还可以，还可以，还可以。

-----  
好评，很专业，受益匪浅

-----  
先赞一下。。。。。。。

-----  
不错，还没开始正式看，美国人写的市场书应该错不到哪里去。

-----  
漂亮，非常好，很喜欢！！！！



-----  
质量不错 书内容也不错

-----  
这本书，值得营销策划人员收藏。更值得一看。对营销人员，线下工作，很有帮助

-----  
标准的市场计划书格式，很赞，正在读。

-----  
这本书对我帮助很大，目前对于没有写过市场方案的我来说很实用

-----  
这本也没有看啊，一次买了9本，以前有在书店看过，先评价再说了，价格好

-----  
结构思路非常不错好，好好借鉴一下。

-----  
经典之作值得学习学习

-----  
学习学习，送给同事的，不错。

-----  
替朋友买的，一个字，便宜~

-----  
非常实用，营销经理应该看看。

-----  
书不是很实用

-----  
竟然发现我还买了这本书啊

-----  
挺好的~给单位买的 呵呵

-----  
质量很好快递服务也好

-----  
可以学到很多东西的啊

-----  
能学到东西，对市场工作有帮助

-----  
老外写的东西，分析的很透彻，适合基本理论学习

-----  
过几天看看，应该不错

-----  
很好用，对工作很有帮助~

-----  
没有细化的实例！只是概念性的东西！

-----  
这次买的书都还不错~

-----  
不错的购物！

-----  
果然是很有灶。。。。。。

-----  
很多内容是大学时候学过的，重温自己的专业

-----  
看上去还行的书籍，质量还行的

-----  
书的内容有点陈旧，可以看看，不是很实用

-----  
感觉还不错，最近正在加紧阅读

-----  
内容很全面很好

-----  
老外直译的书读的有点别扭，但是内容分析还是很到位的

-----  
正品，不错的一次购物

-----  
非常好！质量也很好！

-----  
《营销分析实务(第5版)》不仅仅在于创新性地构建营销分析的框架，并以营销计划书的内容展开内容体系，更重要的是，《营销分析实务(第5版)》强调营销分析的基础在于界定竞争对手，因为竞争对手不同，会导致顾客分析、行业分析以及销售预测的不同。可以说，《营销分析实务(第5版)》很好地融合了以顾客为导向和以竞争为导向这两种制定营销计划的基本思路。

-----  
很不错，方方面面很到位！

-----  
很实用的书，学习学习

-----  
还不错吧~还不错啊~~~

-----  
很不错的书，懂营销的人懂的

-----  
非常满意，五星

-----  
学习中。。。。学习中。。。。。。

-----  
理论架构还可以，有些内容不够细致

-----  
质量有保障不错

-----  
书里面的案例有些旧了

-----  
不错，没看完

-----

可能对实体店运营有一定作用吧

公司用图书，提升管理能力。

等着假期看

还不错，还不错，还不错！

很像学校的课本，大致还可以

很不错，还会再来买的，印刷质量不错正版图书，价格也实惠，图书内容也非常好，很喜欢这本书，推荐大家也来购买这本书，京东的质量还是有保证的，不会有问题，配送速度也很快，配送员送货及时，热情，人也很不错，以后买书都会来京东买了。

网p站五星评价图书！x哥伦C比亚大学商学院K王牌营销课程！营销经理X和市场研究经d理的专业工具！

基本上书还算可以。看了30页了，感觉纸张有些粗糙。 不过还算可以吧。另外配送业行。29号中午的时候送到来的。

挺好的，不错，继续加油

不错的书籍，感觉还可以吧

书还没有来得及看呢，不过听朋友介绍说是不错！

---

挺好的，值得推荐给大家，很实用

---

感觉还是有点粗，有些东西还是不详细。也许每个人的角度不同吧。

---

看完了，书本身不错，还是正版，超值%

---

内容细分得好，看过后还是满有用的。

---

还未拆分，未来得及看。从目录上看，内容还是挺详细的，角度也挺多，可以借鉴

---

正在阅读中

---

很好的书，分析很详尽

---

正在学习中，感觉还可以，希望能帮助到自己

---

质量很好快递服务也好赞

---

特价买的，写的还不错。

还可以，书质量一般，纸张偏厚，内容吧……………

买来就被人借走了，半年了，到现在还没有见到，郁闷

物美价廉 一本好书 满意

有塑料薄膜保护，内容还没看

总体还不错总体还不错

不错。○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

好好学习

纸质一般

不错的书

不错....., , .....

还没读

-----  
挺好的

-----  
在当今的商业市场越来越多的公司正在努力通过与伙伴公司建立良好的关系以获取竞争优势。伙伴关系问题已经在理论界与实践界进行了广泛的研究。这些研究包括社会交换理论、交易成本理论、资源观理论以及的交互理论等等这些理论与方法为我们更好的认识制造商与供应商关系提供了崭新的视角。在服务市场?客户价值的重要意义已经被广泛的认同在商业市场中价值同样关键的。  
供应链理论已经证明了价值是商业市场管理的基础是竞争优势的来源。企业与不同群体的关系中都存在价值接受、价值创造、价值产生、价值分配的活动价值的创造体现在不同公司间获得有价值的信息、市场与技术、增加办事效率、改善合作关系等方面。因此合作伙伴需要知道什么是创造价值的驱动因素以及如何利用这些因素为自身服务以利于企业建立竞争优势。  
从另一个角度来看任何一种营销要想获得成功首先必须为顾客创造价值这同样适用于商业市场中关系营销实践如何在商业市场中利用关系营销来研究价值问题是一个具有重要意义

-----  
书不错

-----  
内容很系统，通俗易懂易于理解，有参考性，值得推荐

-----  
不如DDW的书啊，有点脏，并且看着纸张像盗版。

-----  
理论性太强，实操性不高

-----  
内容还不错，就是纸张泛黄

-----  
还湿过水的。纸都粘了。  
-----



实用

一直在学习

经典

很差，派力营销出版的书太差

买到的书翻译差到不能看。很多无脑子的翻译。估计翻译者不是这个专业从业者，所以看此书很累，很多术语都翻译错了

一般哦。○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

北京工商大学是北京市重点建设的多科性大学，经济学院作为北京工商大学规模最大的学院之一，拥有一支结构合理、力量雄厚的教学科研队伍，教师中享受国务院特殊津贴的专家四人，近五年来学院教师出版专著90余部，发表学术论文1100余篇，承担国家级省部级课题60余项，为经济理论的创新和发展、为国家的经济建设作出了较大贡献。在当今世界处于经济危机的大环境下，经济社会的发展必须依靠青年科技人才。作为培养青年人才的高等学府，高校更是需要注重青年教师的培养，只有赢得青年教师，才能赢得高校的未来和发展。北京工商大学始终以培养青年教师为基本发展理念。近年来，经济学院引进了一大批拥有较高专业素养和研究能力的博士、博士后，使学院师资队伍职称结构、学历结构、年龄结构和学缘结构发生了巨大变化，作为学院教学、科研工作的新生力量和学术骨干，这些中青年教师正在各自的学科领域崭露头角，其中多位中青年教师步入北京市优秀教师、北京市中青年骨干教师、北京市跨世纪理论人才“百人工程”、“北京市跨世纪优秀人才工程”、北京市学科带头人的行列，在各自的专业领域内脱颖而出。

Q

好

长度在5-200个字之间

填写您对此商品的使用心得，例如该商品或某功能为您带来的帮助，或使用过程中遇到的问题等。最多可输入200字

@66666666666666

!!!!!!

[美]勒曼，等著刘艳红，裴蓉译写的的书我真的喜欢基本上每本都有，还是朋友推荐我买的，后来就非常非常喜欢，他的书了。除了他的书，我和我家小孩还喜欢看卫斯理、杨红樱、黄晓阳、小桥老树、韩寒、杨其铎、晓玲叮当、方洲，他们的书我觉得都写得很好。营销分析实务营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版），很值得看，价格也非常便宜，比实体店买便宜好多还省运费了呵呵。书的内容直得一读亚马逊网站五星评价图书！哥伦比亚大学商学院王牌营销课程！营销经理和市场研究经理的专业工具！，阅读了一下，写得很好，本书源于美国哥伦比亚大学商学院的营销规划与战略经典课程，按照实战营销计划书的格式撰写，细致地描述了营销决策过程中的营销分析的操作方法，并把重点聚焦于产品环境、目标顾客和竞争对手的资料分析上。与那些只适用于学员的课程不同，这是一门手册式的营销计划分析实战工具，可以指导市场研究经理、营销经理、品牌经理与产品经理在实际工作中进行专业的数据收集与分析。，内容也很丰富。，一本书多读几次，第一章营销计划概述本章概要提到营销，人们可能会立即想到耳熟能详的广告语、灵活多变的价格促销，或者是没完没了的直销电话。尽管这些活动都很重要和常见，但它们和其他营销策略一样都无非是企业战略的一种表现形式。企业战略需要持续不断地对行业趋势、竞争对手和顾客行为等企业外部环境进行分析，而且通常需要根据这些分析结果来制定相应的战略和策略。本书以营销计划书的格式来组织内容框架，所涉及的营销分析既可用于指导战略选择，也可用于制定营销策略。书中的营销计划主要是指年度营销计划。营销（计划）分析既有利于组织讨论，又有利于系统地制定营销策略。本章将概要介绍制定营销计划的基本内容和构思营销计划的基本范式。在现实中，有些人认为计划制定出来就大功告成了。切记，计划本身并不是一个结果，而只是增加选择机会的一种手段。营销计划的界定营销计划的含义与目标几乎对所有的大企业来说，制定营销计划都是一项非常重要的活动，其实小企业也不例外。赫尔伯特（）、勒曼（）和霍尼格（）在1987年的一项调查中发现90%以上企业的营销经理都需要定期制定正式的营销计划，他们平均每年花在计划制定上的时间约为45天左右计划制定所需的信息主要来自于销售人员、管理信息系统和市它包含以下几方面的涵义第一，营销计划不是管理者头脑中的想法，而是一个正式的书面文件。首先，营销计划在形成正式书面文件的过程中经过了缜密的思考，是对以往成功和失败经验的梳理和总结。其次，营销计划是企业各职能部门之间沟通的有效工具。生产、财务和销售部门对于营销计划的成功实施起着不同的作用，正式的书面计划可以避免口头

写的书都写得很好，还是朋友推荐我看的，后来就非常非常喜欢，他的书了。除了他的书，我和我家小孩还喜欢看郑渊洁、杨红樱、黄晓阳、小桥老树、王永杰、杨其铎、晓玲叮当、方洲，他们的书我觉得都写得很好。爱读教育书品精选精评系列高中生优秀议论文精选大全，很值得看，价格也非常便宜，比实体店买便宜好多还省车费。书的内容直得一读范文、素材、技法，三项合一借鉴、训练、应试，一体解决！，阅读了一下，写得很好，爱读教育书品精选精评系列高中生优秀议论文精选大全依据中学生的实际写作需要，别出心裁地总结出大量写作技巧，囊括了审题、立意、选材、结构、拟题、开头、结尾、语言等各个方面。技法全面，无比实用，内容也很丰富。学生联系课文素材进行写作，就在应用中加深对课文的理解，通过应用把课文知识内化为自己的知识和能力。——顾振彪（原人民教育社编审）作文能力提高是个慢功，快是不大容易的，但我可以建议同学们利用你读过的这些精选范文提高写作水平。——董晓平（托京市语文高考阅卷领导小组成员）人的眼睛有两种动作扫视和凝视。不能写好作文的原因是对这个世界只有扫视而没有凝视。未经凝视的世界是毫无意义的。——曹文轩（中国作家协会全国委员会委员，北京作家协会副主席、北京大学教授）在作文这件事情上，除了要培养自己每临大事有静气的心态外，更重要的是要掌握科学有效的思维方法和技巧，在考场上用最短的时间找到属于自己的写作道路。——周京星（北京教育学院高中语文教研员、语文特级教师）对于写作，我一直坚信，写作即表达，表达即生命。一个人的思想内涵、文化素质和思想品质最终决定了其写作能力的高低与品位的高下。——余党绪（上海师范大学附中语文特级教师），一本书多读几次，学会欣赏自己路正人活着，或许有不少人值得你欣赏，但你最应该欣赏的应该是自己。记得第一次读到这句话时，不懂得什么含义，直到我认识了父亲鲜为人知的一面。父亲心情不好的时候，喜欢在阳台上摆弄他养的几株花。我心情不好时，则喜欢到阳台上欣赏父亲的花。父亲说，给花松土、除草是一种享受，我却认为赏花才是最好的感觉。父亲的实验项目被人换了，他沮丧了好几天，闲时就到阳台上种花。我心疼父亲的身体也到阳台看他。父亲凝视着花盆里的一株小草，一动不动。爸爸，为什么不把它拔了我问。父亲说它太嫩，拔了可惜呀我觉得好笑，一株草竟也可惜！却听父亲喃喃地说它不值得我欣赏吗爸爸，你欣赏这草我惊诧。父亲突然回过头说不，我欣赏我自己。啊！我不禁一愣，一向书生气十足的父亲，这句话竟有几分书生以外的严厉甚至坚定。父亲忽然缓缓地说我欣赏自己，因为我和这草一样坚定不屈。你看，这花盆里尽是一些用来巩固花苗的瓦砾，这草竟硬从瓦

在书店看上了这本书一直想买可惜太贵又不打折，回家决定上京东看看，果然有折扣。毫不犹豫的买下了，京东速度果然非常快的，从配货到送货也很具体，快递非常好，很快收到书了。书的包装非常好，没有拆开过，非常新，可以说无论自己阅读家人阅读，收藏还是送人都特别有面子的说，特别精美各种十分美好虽然看着书本看着相对简单，但也不遑多让，塑封都很完整封面和封底的设计、绘图都十分好画让我觉得十分细腻具有收藏价值。书的封套非常精致推荐大家购买。打开书本，书装帧精美，纸张很干净，文字排版看起来非常舒服非常的惊喜，让人看得欲罢不能，每每捧起这本书的时候似乎能够感觉到作者毫无保留的把作品呈现在我面前。作业深入浅出的写作手法能让本人犹如身临其境一般，好似一杯美式咖啡，看似快餐，其实值得回味无论男女老少，第一印象最重要。从你留给别人的第一印象中，就可以让别人看出你是什么样的人。所以多读书可以让人感觉你知书答礼，颇有风度。多读书，可以让你多增加一些课外知识。培根先生说过知识就是力量。不错，多读书，增长了课外知识，可以让你感到浑身充满了一股力量。这种力量可以激励着你不断地前进，不断地成长。从书中，你往往可以发现自己身上的不足之处，使你不断地改正错误，摆正自己前进的方向。所以，书也是我们的良师益友。多读书，可以让你变聪明，变得有智慧去战胜对手。书让你变得更聪明，你就可以勇敢地面对困难。让你用自己的方法来解决这个问题。这样，你又向你自己的人生道路上迈出了一步。多读书，也能使你的心情变得快乐。读书也是一种休闲，一种娱乐的方式。读书可以调节身体的血管流动，使你身心健康。所以在书的海洋里遨游也是一种无限快乐的事情。用读书来为自己放松心情也是一种十分明智的。读书能陶冶人的情操，给人知识和智慧。所以，我们应该多读书，为我们以后的人生道路打下好的、扎实的基础！读书养性，读书可以陶冶自己的性情，使自己温文尔雅，具有书卷气读书破

万卷，下笔如有神，多读书可以提高写作能力，写文章就才思敏捷旧书不厌百回读，熟读深思子自知，读书可以提高理解能力，只要熟读深思，你就可以知道其中的道理了读书可以使自己的知识得到积累，君子学以聚之。总之，爱好读书是好事。让我们都来读书吧。其实读书有很多好处,就等有心人去慢慢发现.最大的好处是可以让你有属于自己的本领靠自己生存。最后在好评一下京东客服服务态度好，送货相当快,包装仔细！这个也值得赞美下希望京东这样保持下去，越做越好

-----  
"[SM]在书店看上了这本书一直想买可惜太贵又不打折，回家决定上京东看看，果然有折扣。毫不犹豫的买下了，京东速度果然非常快的，从配货到送货也很具体，快递非常好，很快收到书了。书的包装非常好，没有拆开过，非常新，可以说无论自己阅读家人阅读，收藏还是送人都特别有面子的说，特别精美；各种十分美好虽然看着书本看着相对简单，但也不遑多让，塑封都很完整封面和封底的设计、绘图都十分好画让我觉得十分细腻具有收藏价值。书的封套非常精致推荐大家购买。  
打开书本，书装帧精美，纸张很干净，文字排版看起来非常舒服非常的惊喜，让人看得欲罢不能，每每捧起这本书的时候  
似乎能够感觉到作者毫无保留的把作品呈现在我面前。  
作业深入浅出的写作手法能让本人犹如身临其境一般，好似一杯美式咖啡，看似快餐，其实值得回味  
无论男女老少，第一印象最重要。”从你留给别人的第一印象中，就可以让别人看出你是什么样的人。所以多读书可以让你感觉你知书答礼，颇有风度。  
多读书，可以让你多增加一些课外知识。培根先生说过：“知识就是力量。”不错，多读书，增长了课外知识，可以让你感到浑身充满了一股力量。这种力量可以激励着你不断地前进，不断地成长。从书中，你往往可以发现自己身上的不足之处，使你不断地改正错误，摆正自己前进的方向。所以，书也是我们的良师益友。  
多读书，可以让你变聪明，变得有智慧去战胜对手。书让你变得更聪明，你就可以勇敢地面对困难。让你用自己的方法来解决这个问题。这样，你又向你自己的人生道路上迈出了一步。  
多读书，也能使你的心情便得快乐。读书也是一种休闲，一种娱乐的方式。读书可以调节身体的血管流动，使你身心健康。所以在书的海洋里遨游也是一种无限快乐的事情。  
用读书来为自己放松心情也是一种十分明智的。  
读书能陶冶人的情操，给人知识和智慧。所以，我们应该多读书，为我们以后的人生道路打下好的、扎实的基础！读书养性，读书可以陶冶自己的性情，使自己温文尔雅，具有书卷气；读书破万卷，下笔如有神，多读书可以提高写作能力，写文章就才思敏捷；旧书不厌百回读，熟读深思子自知，读书可以提高理解能力，只要熟读深思，你就可以知道其中的道理了；读书可以使自己的知识得到积累，君子学以聚之。总之，爱好读书是好事。让我们都来读书吧。其实读书有很多好处,就等有心人去慢慢发现。  
最大的好处是可以让你有属于自己的本领靠自己生存。  
最后在好评一下京东客服服务态度好，送货相当快,包装仔细！这个也值得赞美下  
希望京东这样保持下去，越做越好 [QY]"

-----  
能派到用处前天，吃完午饭，趁手头工作不多，便给朋友发了条短信，这次等了半个小时，却依旧没有朋友的回信。我开始坐立不安，记得不久的过去，就算她忙，她总会在半小时内回他的呀！他怀疑难道是自己昨天没发短信给她她生气了？两小时后信息回来，告诉我要到京东帮他买书，如果不买或者两天收不到书就分手！，我靠，没有办法，我就来京东买书了。没有想到书到得真快。书不错 还送光碟 就是快递不给力 太慢了  
但还行 好期待的书  
可来了好了，我现在来说说这本书的观感吧，网络文学融入主流文学之难，在于文学批评家的缺席，在于衡量标准的混乱，很长一段时间，文学批评家对网络文学集体失语，

直到最近一两年来，诸多活跃于文学批评领域的评论家，才开始着手建立网络文学的评价体系，很难得的是，他们迅速掌握了网络文学的魅力内核，并对网络文学给予了高度评价、寄予了很深的厚望。随着网络文学理论体系的建立，以及网络文学在创作水准上的不断提高，网络文学成为主流文学中的主流已是清晰可见的事情，下一届的“五个一工程奖”，我们期待看到更多网络文学作品的入选。据了解，京东为顾客提供操作规范的逆向物流以及上门取件、代收货款等专业服务。已经开通全国360个大中城市的配送业务，近1000家配送站，并开通了自提点，社区合作、校园合作、便利店合作等形式，可以满足诸多商家以及消费者个性化的配送需求。为了全面满足客户的配送需求，京东商城打造了万人的专业服务团队，拥有四通八达的运输网络、遍布全国的网点覆盖，以及日趋完善的信息系统平台。所以京东的物流我是比较放心的。好了，现在给大家介绍两本本好书：《谢谢你离开我》是张小娴在《想念》后时隔两年推出的新散文集。从拿到文稿到把它送到读者面前，几个月的时间，欣喜与不舍交杂。这是张小娴最美的散文。美在每个充满灵性的文字，美在细细道来的倾诉话语。美在作者书写时真实饱满的情绪，更美在打动人心的厚重情感。从装帧到设计前所未有的突破，每个精致跳动的文字，不再只是黑白配，而是有了鲜艳的色彩，首次全彩印刷，法国著名唯美派插画大师，亲绘插图。|两年的等待加最美的文字，就是你面前这本最值得期待的新作。《洗脑术：怎样有逻辑地说服他人》全球最高端隐秘的心理学课程，彻底改变你思维逻辑的头脑风暴。白宫智囊团、美国FBI、全球十大上市公司总裁都在秘密学习！当今世界最高明的思想控制与精神绑架，政治、宗教、信仰给我们的终极启示。全球最高端隐秘的心理学课程，一次彻底改变你思维逻辑的头脑风暴。从国家、宗教信仰的层面透析“思维的真相”。白宫智囊团、美国FBI、全球十大上市公司总裁都在秘密学习！《洗脑术：怎样有逻辑地说服他人》涉及心理学、社会学、神经生物学、医学、犯罪学、传播学适用于：读心、攻心、高端谈判、公关危机、企业管理、情感对话……洗脑是所有公司不愿意承认，却是真实存在的公司潜规则。它不仅普遍存在，而且无孔不入。阅读本书，你将获悉：怎样快速说服别人，让人无条件相信你？如何给人完美的第一印象，培养无法抗拒的个人魅力？如何走进他人的大脑，控制他们的思想？怎样引导他人的情绪，并将你的意志灌输给他们？如何构建一种信仰，为别人造梦？

放下，找回淡定的自己这本书的印刷质量是非常不错的,很喜欢,而且价格相对来说很实惠,可谓物美价廉,无论是装订方式,还是发货包装个人感觉都是很不错的.推荐1一念放下，万般自在！推荐2放下，你将解脱烦恼，享受自在人生。推荐3放下，你将快乐淡定，心灵刹那花开。推荐4生命的价值，其实并不在于获得，而在于放下。推荐5一本洗涤灵魂，让你重遇淡定自我的心灵读本！推荐6一本值得典藏的温暖和感动，是你不可缺少的精神源泉！买之前还特意看了一下编辑推荐,本来还有点犹豫,看到这么多名人都喜欢张然著写的放下，找回淡定的自己也就打消了我的犹豫.简单的看了下懂得放下的人，弱水三千，只取瓢饮懂得放下的人，事情再多，只捡最重要的完成懂得放下的人，绝不会为了金钱、名利、荣誉这样的身外事物，牺牲自己的健康、幸福，还有快乐。浮躁的社会，成功和幸福拼的就是淡定！淡定是一种能力，淡定是一种态度，淡定是所向披靡的心灵力量！所以，放下那些压力、放下那些欲望，放下自己心中的那些舍不得，然后你会发现，真正的幸福，就在你身边。我发觉我已经喜欢上它了,尤其是书中的一段放下不是失去，是为了更好的拥有很多时候，我们之所以会紧紧地抓住某个东西，迟迟不愿松手，是因为我们害怕，一旦放下，我们就会失去。实际上，放下并不等于失去，放下是为了更好地拥有。◇旧的不去，新的不来不可否认，不放弃是一种良好的品性，但是很多时候，你抓住一件东西总不放时，或许你永远只会拥有这件东西，如果肯放手，便获得了其它选择机会。看看下面这两个樵夫，或许你就会明白了。从前，有两个贫穷的樵夫，他们靠上山捡柴糊口。有一天傍晚，他们在回家的路上发现路边有两大包棉花，两人喜出望外，如果将这两包棉花卖掉，足可使一家人一个月衣食无忧。所以，两人马上各自背了一包棉花，匆匆赶路回家。走着走着，其中一个樵夫眼尖，看到山路上竟然有一大捆布。他就和同伴商量，扔下棉花，背布回家。可是他的同伴却不同意他的看法，他认为自己背着棉花已走了一大段，到了这里丢下棉花，岂不枉费了先前的辛苦坚持不愿换布。发现布的樵夫没办法，他只好竭尽所能地背起布，跟同伴继续前行。又走

了一段路，背布的樵夫看到树林里有东西在闪闪发光，走近一看，竟然是很多黄金，心想这下真的发财了，赶忙邀同伴放下肩头的棉花，改为背黄金。他的同伴仍是不愿丢下棉花，而且还怀疑黄金不是真的，反过来劝他不要白费力气，免得到头来空欢喜一场。发现黄金的樵夫只能尽己所能，用布包了两包黄金，然后和同伴一起回家。谁知道刚走到山下，突然下起了瓢泼大雨，两个人无处躲藏，全身都淋透了。

-----  
可以确定的一件事情是，这是一本“不动声色”的资料书，从中几乎找不出比教科书尺度更大的感情表达段落，其内容大致是自日本国内收藏文献中梳理出的与甲午战争前后历史有关的文字、图像与表格。不过正因此种异于往常的角度，它的面世也具有了独特的价值，也许能够挤进研究者的案头书堆。

与众多海战史和清日战争（这个名称虽然古怪，但接受起来也还容易）研究的大牛比起来，我对这段历史基本上处于无知状态。当然这种无知仅限于缺乏遍览枯燥史料的动力和逮住一只牛角穷钻不舍的毅力，对于基本史实和结果还是了解一些，因为这实在是场并不复杂的战争。然而与战争流程的简单粗暴和莫名其妙相比，似乎有一条主线操纵着结果，又似乎是看不见的国家气运作祟，而最终落实到亲历者全部作古的今日，就只能从纸面上寻找答案的蛛丝马迹。

其实即使制度腐朽内忧外患，细节的打磨和微力的结合也并非不能令车轮沿着既定方向前进，然而意外频发的路段，一旦转向，便再无挽回之巨力，所留下的扭曲的车辙就是历史。

说到细节，不得不承认，拿到书便开始翻找那段无法忘记的情节，最终仅得一行：“生死最后关头，致远舰管带邓世昌似欲与敌舰冲撞，追敌途中舰体中部爆炸沉没，240余名官兵阵亡。”无论对于这段史实有着多少争议或者后世对其评价是否客观，这始终是甲午战争给我的第一个印象：倾斜中的巨舰在有心杀贼无力回天的船长的操纵下欲与强敌同毁而不可得。时至今日，每见有弱国或组织被清剿，或是草民暴起被捏毙之新闻，当年电视剧中那个把“邓、世、昌”三个字喊得铿锵有力的意气少年便会猛地出现。小时候一次次地盯着电视屏幕，希望那段海面能被愤怒烧干，总是失望。

索性再离题远一些……书中涉及的关键地点有的甚熟，旅顺和刘公岛都已去过不止一次，感觉国耻国难无非都是旅游的幌子，默然地看，黯然地离开，难以想象一战而朝野家国俱丧的景象。观罢此书，重游时当能摆脱茫然与激愤，留心拣拾细节。

书内亦有令人动容之处，尸横舰覆之图片且不论，单举一例：日方审讯曾留美九年的福龙号管带蔡廷干笔录中之一句问答，其一直以被俘上等军官之身份配合讯问，有问必答，然被问及“倘若将汝释放，还有再上鱼雷艇与我舰队对抗的考虑吗”之时，仅答一字“有”，《读卖新闻》亦赞其为有血有骨的硬汉。

其实书中日方史料显示出对于全揽败责服毒自尽的丁汝昌和带伤保持强硬姿态却最终不得不背负天下骂名的李鸿章颇多赞许，与国内多年来官方态度大为不同。此种情况有如曹汝霖等自言为国人难容之举多为形势所迫，群狼环伺国无强兵，上命难违无从选择，非难个人实属冤屈，然而无可否认个人利益和小集团利益永远不会被排除在此种政治家的考虑之外，当然从史料看，丁李二人终究算得上在举步维艰之际气节不失，无奈为堕落的国家买单也只得百年蒙羞。当然日方的好感更多的可能源于武士道和物哀这些土产，不过这些记录倒是值得怀揣“敌国首肯之物皆恶”念头的人好好研究利用。

写至此处已经寻不到主题，只觉本无喜怒之心忽觉阴冷，也明白了几百页看似笨拙的直接对比之意义所在。正如足球比赛过后的数据统计，败者不但要痛苦地回顾，还要找出差距，力求败得明白。这对于球赛和战争这些概率事件的失败方来说的确残忍，然而长期和全面的数据会使腐坏者、投机者和“屌丝”无所遁形。李鸿章不是救世主，邓世昌也不是妖人，通往历史G点的路很长，一生难得一次，但若是在潮吹前没有做好准备，就会被无情地喷出历史幽暗的长廊之外，失去生的机会。（小米后半段你这是变身了吗？）

这个比喻太过色情，但客观的数据对比总是带来一种沦丧感，不像阅读轻薄的课本，后面几页就有光明的前程等待。P.S.

也许此卷一出，会激起些浪花，也许会有一部不一样的电视剧出现在将来，于是还是四星吧。

-----  
[ZZ]写的的书都写得很好，[sm]还是朋友推荐我看的，后来就非非常喜欢，他的书了。除了他的书，我和我家小孩还喜欢看郑渊洁、杨红樱、黄晓阳、小桥老树、王永杰、杨其铎、晓玲叮当、方洲，他们的书我觉得都写得很好。[SM]，很值得看，价格也非常便宜，比实体店买便宜好多还省车费。书的内容直得一读[BJTJ]，阅读了一下，写得很好，[NRJJ]，内容也很丰富。[QY]，一本书多读几次，[SZ]。快递送货也很快。还送货上楼。非常好。[SM]，超值。买书就来京东商城。价格还比别家便宜，还免邮费不错，速度还真是快而且都是正版书。[BJTJ]，买回来觉得还是非常值的。我喜欢看书，喜欢看各种各样的书，看的很杂，文学名著，流行小说都看，只要作者的文笔不是太差，总能让我从头到脚看完整本书。只不过很多时候是当成故事来看，看完了感叹一番也就丢下了。所在来这里买书是非常明智的。然而，目前社会上还有许多人被一些价值不大的东西所束缚，却自得其乐，还觉得很满足。经过几百年的探索和发展，人们对物质需求已不再迫切，但对于精神自由的需求却无端被抹杀了。总之，我认为现代人最缺乏的就是一种开阔进取，寻找最大自由的精神。中国人讲“虚实相生，天人合一”的思想，“于空寂处见流行，于流行处见空寂”，从而获得对于“道”的体悟，“唯道集虚”。这在传统的艺术中得到了充分的体现，因此中国古代的绘画，提倡“留白”、“布白”，用空白来表现丰富多彩的想象空间和广博深广的人生意味，体现了包纳万物、吞吐一切的胸襟和情怀。让我得到了一种生活情趣和审美方式，伴着笔墨的清香，细细体味，那自由孤寂的灵魂，高尚清真的人格魅力，在寻求美的道路上指引着我，让我抛弃浮躁的世俗，向美学丛林的深处迈进。合上书，闭上眼，书的余香犹存，而我脑海里浮现的，是一个“皎皎明月，仙仙白云，鸿雁高翔，缀叶如雨”的冲淡清幽境界。愿我们身边多一些主教般光明的使者，有更多人能加入到助人为乐、见义勇为的队伍中来。社会需要这样的人，世界需要这样的人，只有这样我们才能创造我们的生活，[NRJJ]希望下次还呢继续购买这里的书籍，这里的书籍很好，非常的不错，。给我带来了不错的现实享受。希望下次还呢继续购买这里的书籍，这里的书籍很好，非常的不错，。给我带来了不错的现实享受。很好的书籍很好的学习必备佳品，，，，希望宣传能给力的，能越做也好，下次还会在来的额，京东给了我不一样的生活，这本书籍给了我不一样的享受，体会到了购物的乐趣，让我深受体会啊。希望你能越做越好，成长有你有我大家一起来，很好的宝贝。

-----  
"[SM]和描述的一样，好评！

上周周六，闲来无事，上午上了一个上午网，想起好久没买书了，似乎我买书有点上瘾，一段时间不逛书店就周身不爽，难道男人逛书店就象女人逛商场似的上瘾？于是下楼吃了碗面，这段时间非常冷，还下这雨，到书店主要目的是买一大堆书，上次专程去买却被告知缺货，这次应该可以买到了吧。可是到一楼的查询处问，小姐却说昨天刚到的一批又卖完了！晕！为什么不多进点货，于是上京东挑选书。好了，废话不说。好了，我现在来说说这本书的观感吧，一个人重要的是找到自己的腔调，不论说话还是写字。腔调一旦确立，就好比打架有了块趁手的板砖，怎么使怎么顺手，怎么拍怎么有劲，顺带着身体姿态也挥洒自如，打架简直成了舞蹈，兼有了美感和韵味。要论到写字，腔调甚至先于主题，它是一个人特有的形式，或者工具；不这么说，不这么写，就会别扭；工欲善其事，必先利其器，腔调有时候就是“器”，有时候又是“事”，对一篇文章或者一本书来说，器就是事，事就是器。这本书，的确是用他特有的腔调表达了对“腔调”本身的赞美。|发货真是出乎意料的快，昨天下午订的货，第二天一早就收到了，赞一个，书质量很好，正版。独立包装，每一本有购物清单，让人放心。帮人家买的书，周五买的书，周天就收到了，快递很好也很快，包装很完整，跟同学一起买的两本，我们都很喜欢，谢谢！了解京东：2013年3月30日晚间，京东商城正式将原域名360buy更换为jd，并同步推出名为“joy”的吉祥物形象，其首页也进行了一定程度改版。此外



，用户在输入jingdong域名后，网页也自动跳转至jd。对于更换域名，京东方面表示，相对于原域名360buy，新切换的域名jd更符合中国用户语言习惯，简洁明了，使全球消费者都可以方便快捷地访问京东。同时，作为“京东”二字的拼音首字母拼写，jd也更易于和京东品牌产生联想，有利于京东品牌形象的传播和提升。京东在进步，京东越做越大。|||好了，现在给大家介绍两本本好书：《谢谢你离开我》是张小娴在《想念》后时隔两年推出的新散文集。从拿到文稿到把它送到读者面前，几个月的时间，欣喜与不舍交杂。这是张小娴最美的散文。美在每个充满灵性的文字，美在细细道来的倾诉话语。美在作者书写时真实饱满的情绪，更美在打动人心的厚重情感。从装帧到设计前所未有的突破，每个精致跳动的文字，不再只是黑白配，而是有了鲜艳的色彩，首次全彩印刷，法国著名唯美派插画大师，亲绘插图。|两年的等待加最美的文字，就是你面前这本最值得期待的新作。《洗脑术：怎样有逻辑地说服他人》全球最高端隐秘的心理学课程，彻底改变你思维逻辑的头脑风暴。白宫智囊团、美国FBI、全球十大上市公司总裁都在秘密学习！当今世界最高明的思想控制与精神绑架，政治、宗教、信仰给我们的终极启示。全球最高端隐秘的心理学课程，一次彻底改变你思维逻辑的头脑风暴。从国家、宗教信仰的层面透析“思维的真相”。白宫智囊团、美国FBI、全球十大上市公司总裁都在秘密学习！《洗脑术：怎样有逻辑地说服他人》涉及心理学、社会学、神经生物学、医学、犯罪学、传播学适用于：读心、攻心、高端谈判、公关危机、企业管理、情感对话……洗脑是所有公司不愿意承认，却是真实存在的公司潜规则。它不仅普遍存在，而且无孔不入。阅读本书，你将获悉：怎样快速说服别人，让人无条件相信你？如何给人完美的第一印象，培养无法抗拒的个人魅力？如何走进他人的大脑，控制他们的思想？怎样引导他人的情绪，并将你的意志灌输给他们？如何构建一种信仰，为别人造梦？[SZ]"

## 本章概要

提到“营销”，人们可能会立即想到耳熟能详的广告语、灵活多变的价格促销，或者是没完没了的直销电话。尽管这些活动都很重要和常见，但它们和其他营销策略一样都无非是企业战略的一种表现形式。企业战略需要持续不断地对行业趋势、竞争对手和顾客行为等企业外部环境进行分析，而且通常需要根据这些分析结果来制定相应的战略和策略。本书以营销计划书的格式来组织内容框架，所涉及的营销分析既可用于指导战略选择，也可用于制定营销策略。书中的营销计划主要是指年度营销计划。

营销（计划）分析既有利于组织讨论，又有利于系统地制定营销策略。本章将概要介绍制定营销计划的基本内容和构思营销计划的基本范式。在现实中，有些人认为计划制定出来就大功告成了。切记，计划本身并不是一个结果，而只是增加选择机会的一种手段。

### 营销计划的界定 营销计划的含义与目标

几乎对所有的大企业来说，制定营销计划都是一项非常重要的活动，其实小企业也不例外。赫尔伯特（Hulbert）、勒曼（Lehmann）和霍尼格（Hoenig）在1987年的一项调查中发现：90%以上企业的营销经理都需要定期制定正式的营销计划，他们平均每年花在计划制定上的时间约为45天左右；计划制定所需的信息主要来自于销售人员、管理信息系统和市 它包含以下几方面的涵义：

第一，营销计划不是管理者头脑中的想法，而是一个正式的书面文件。首先，营销计划在形成正式书面文件的过程中经过了缜密的思考，是对以往成功和失败经验的梳理和总结。其次，营销计划是企业各职能部门之间沟通的有效工具。生产、财务和销售部门对于营销计划的成功实施起着不同的作用，正式的书面计划可以避免口头说明的不准确性，使各部门的工作有章

可循。再有，营销计划可以帮助企业把实现目标的具体责任细致地落实到具体日期。最后，书面形式的营销计划不会因管理人员的变动而受到较大的影响，从而保证了计划实施的连续性。同时，也有助于指导新员工迅速开展工作。

第二，营销计划是在业务单位层面上制定的。这里的业务单位很含糊，到底在哪个层面上制定营销计划往往依企业的不同而有所不同。有些企业以品牌管理为导向，每个品牌就是一个利润中心，这样的企业会针对不同品牌来制定营销计划。有些企业难以分配单个产品的直接固定成本，常常针对品牌或服务群体来制定计划。例如，通用食公司（G



eneral

Foods) 按照邮政区域来划分谷物市场，并为各市场的品牌（如葡萄干、麦麸片和葡萄果仁）制定不同的营销计划。麦当劳公司则不然，它只制定了一套完整的快餐服务营销计划，该计划中不同的食品，如麦乐鸡和麦辣鸡腿堡被紧密地整合到一个套餐中，而不是单独地强调某个食品。就是说，麦当劳的产品是各种套餐，而麦乐鸡和麦辣鸡腿汉堡则是产品特征。当然，不排除在个别地区可能会有差异。

第三，营销计划的时间跨度往往视产品的不同而有所不同。为配合季节变化和不同的时尚潮流趋势，零售业者营销计划的时间跨度通常较短。汽车业产品生产研发或改进的时间较长，营销计划的时间跨度往往较长。影响营销计划时间跨度的因素还有技术改进速度、竞争强度和相关顾客群体偏好的改变频率等。尽管网络的影响已经大大缩短了计划的时间跨度，但最典型的计划时间跨度（如表1-1所示）仍然是以年度为单位的。

“战略”计划和“营销”计划很容易混为一谈。我们可以从以下几个方面对它们加以区分：第一，战略计划通常由组织较高层来制定。如图1-1所示，战略计划处于企业、战略集群或战略业务单位（SBU）层面。在这一层面上，战略目标具有高度的概括性（如收回投资或资本），战略是概括性的（如放弃生产设备或投资金融服务等）。而在业务单位层面，营销计划有着特定的目标（如达到具体的市场份额）和策略（如追求小业务细分）。

第二，战略考虑的是长期性问题。战略计划通常比营销计划的时间长、跨度大，3-5年或者更长时间的战略计划并不足为奇。

总之，营销计划是一个具有很强操作性的书面文件。尽管它包括了企业各部门的战略，但比通常所说的战略计划的时间跨度要短得多。应该说，营销计划是关于如何实现企业短期目标的具体陈述。营销计划的内容有：

- 明晰企业当前的经营状况（和企业是如何达到这种状况的）；
- 分析企业当前所面临的机会与存在的问题；
- 制定能够实现目标的策略（如目标市场）和实施计划；
- 制定时间进度表；
- 以外部为导向，即以竞争对手或顾客为导向。

最后一点需要在这里着重说明。如今，绝大多数管理者都熟知20世纪60年代流行起来的营销理念——企业在制定战略时要以顾客为导向。

20世纪80年代，在彼得斯和沃特曼所著的《追求卓越》一书和全面质量管理运动的推动下，

“顾客导向”的理念得到了进一步加强。不过，竞争导向在现代商业环境同样重要。

第一章 营销计划概述 营销计划的界定 营销计划的制定 营销计划的内容 第二章 界定竞争对手 市场竞争 界定竞争对手的方法 竞争对手的选择 企业层面的竞争 第三章 行业分析 总体市场要素 竞争要素 环境要素 案例分析 第四章 竞争对手分析 资料来源 判定竞争对手的当前目标 辨别竞争对手的当前策略 评估竞争对手的竞争力 整理收集的竞争对手资料 评估竞争对手的市场意愿 预测竞争对手的未来策略 案例分析 第五章 顾客分析 认识顾客 顾客的长期价值 市场细分 应用举例 第六章 市场潜力和销售预测 基本概念界定 市场潜力分析 市场潜力和销售潜力预测方法 销售预测分析 应用举例 预测结果的应用 第七章 制定产品营销策略 产品营销策略的内容 设定营销目标 产品营销策略选择 市场定位（I）：目标顾客选择 市场定位（II）：目标竞争对手选择 市场定位（III）：核心策略 品牌资产的含义与品牌价值测量 顾客策略 产品生命周期的策略选择 应用举例 第一章 营销计划概述 营销计划的界定 营销计划的制定 营销计划的内容 第二章 界定竞争对手 市场竞争 界定竞争对手的方法 竞争对手的选择 企业层面的竞争 第三章 行业分析 总体市场要素 竞争要素 环境要素 案例分析 第四章 竞争对手分析 资料来源 判定竞争对手的当前目标 辨别竞争对手的当前策略 评估竞争对手的竞争力 整理收集的竞争对手资料 评估竞争对手的市场意愿 预测竞争对手的未来策略 案例分析 第五章 顾客分析 认识顾客 顾客的长期价值 市场细分 应用举例 第六章 市场潜力和销售预测 基本概念界定 市场潜力分析 市场潜力和销售潜力预测方法

销售预测分析 应用举例 预测结果的应用 第七章 制定产品营销策略  
产品营销策略的内容 设定营销目标 产品营销策略选择 市场定位（I）：目标顾客选择  
市场定位（II）：目标竞争对手选择 市场定位（III）：核心策略  
品牌资产的含义与品牌价值测量 顾客策略 产品生命周期的策略选择 应用举例

-----  
[营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版）\\_下载链接1\\_](#)

## 书评

[营销分析实务：营销经理和市场研究经理的专业工具！（第五版）\\_下载链接1\\_](#)