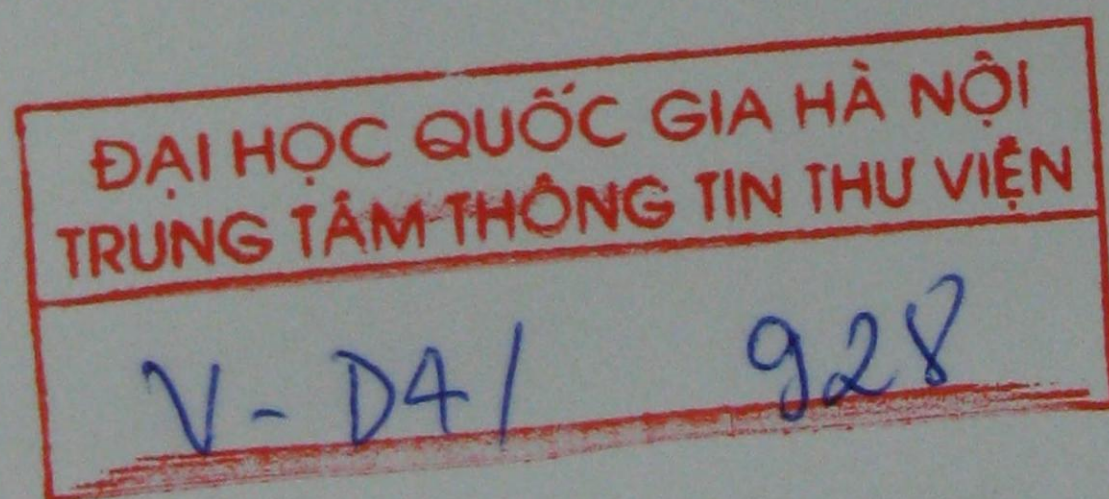


Thấu hiểu tiếp thị từ **A** đến **Z**

80 khái niệm nhà quản lý cần biết

Philip Kotler

(Tái bản lần thứ ba)



NHÀ XUẤT BẢN TRẺ
THỜI BÁO KINH TẾ SÀI GÒN

Mục lục

Advertising – Quảng cáo	1
Brands – Thương hiệu	13
Business-to-Business Marketing – Tiếp thị Doanh nghiệp-đến-Doanh nghiệp	26
Change – Thay đổi	28
Communication and Promotion – Truyền đạt và Quảng bá	31
Companies – Công ty	34
Competitive Advantage – Lợi thế Cạnh tranh	37
Competitors – Đối thủ Cạnh tranh	39
Consultants – Nhà tư vấn	42
Corporate Branding – Thương hiệu Công ty	44
Creativity – Tính sáng tạo	46

xxiv Mục lục

Customer Needs – Nhu cầu của Khách hàng	50
Customer Orientation – Định hướng Khách hàng	53
Customer Relationship Management (CRM) – Quản lý Quan hệ Khách hàng	57
Customers – Khách hàng	60
Customer Satisfaction – Thỏa mãn Khách hàng	67
Database Marketing – Tiếp thị trên Cơ sở Dữ liệu	70
Design – Thiết kế	75
Differentiation – Sự khác biệt	78
Direct Mail – Gửi thư Trực tiếp	82
Distribution and Channels – Phân phối và Kênh phân phối	84
Employees – Nhân viên	90
Entrepreneurship – Doanh nhân	95
Experiential Marketing – Tiếp thị Trải nghiệm	97
Financial Marketing – Tiếp thị Tài chính	99
Focusing and Niching – Tập trung và nhắm vào Thị trường ngách	102

Forecasting and the Future – Dự báo và Tương lai	105
Goals and Objectives – Mục đích và Mục tiêu	109
Growth Strategies – Chiến lược Tăng trưởng	112
Guarantees – Sự bảo đảm	118
Image and Emotional Marketing – Tiếp thị Hình ảnh và Cảm xúc	121
Implementation and Control – Thực hiện và Kiểm soát	123
Information and Analytics – Thông tin và Phân tích Thông tin	127
Innovation – Đổi mới	132
Intangible Assets – Tài sản Vô hình	137
International Marketing – Tiếp thị Quốc tế	139
Internet and E-Business – Internet và Kinh doanh Điện tử	144
Leadership – Lãnh đạo	150
Loyalty – Sự trung thành	155
Management – Quản lý	159
Marketing Assets and Resources – Tài sản và Nguồn lực Tiếp thị	162
Marketing Department Interfaces – Các Quan hệ của Phòng Tiếp thị	164

xxvi Mục lục

Marketing Ethics – Đạo đức Tiếp thị	171
Marketing Mix – Tổ hợp Tiếp thị	173
Marketing Plans – Kế hoạch Tiếp thị	178
Marketing Research – Nghiên cứu Tiếp thị	183
Marketing Roles and Skills – Vai trò và Kỹ năng Tiếp thị	190
Markets – Thị trường	193
Media – Truyền thông	196
Mission – Sứ mệnh	198
New Product Development – Phát triển Sản phẩm mới	200
Opportunity – Cơ hội	204
Organization – Tổ chức	207
Outsourcing – Sử dụng nguồn lực bên ngoài	209
Performance Measurement – Đo lường Thành tích	211
Positioning – Định vị	214
Price – Giá cả	219
Products – Sản phẩm	222
Profits – Lợi nhuận	226
Public Relations – Quan hệ Công chúng	231
Quality – Chất lượng	234
Recession Marketing – Tiếp thị trong Thời kỳ Suy thoái	237

Relationship Marketing – Tiếp thị Quan hệ	240
Retailers and Vendors – Người bán lẻ	244
Sales Force – Lực lượng Bán hàng	248
Sales Promotion – Khuyến mãi	253
Segmentation – Phân khúc thị trường	257
Selling – Bán hàng	260
Service – Dịch vụ	265
Sponsorship – Tài trợ	268
Strategy – Chiến lược	271
Success and Failure – Thành công và Thất bại	278
Suppliers – Nhà cung cấp	280
Target Markets – Thị trường Mục tiêu	282
Technology – Công nghệ	284
Telemarketing and Call Centers – Tiếp thị Từ xa và Trung tâm Điện thoại	285
Trends in Marketing Thinking and Practice – Xu hướng trong Tư duy và Thực hành Tiếp thị	288
Value – Giá trị	291
Word of Mouth – Quảng cáo Truyền miệng	294
Zest – Say mê	297
Ghi chú	299