

УДК 339.138+658.152.132
ББК 65.290-2(4Вел)
А61

Перевод с английского
П.Н. Мальцева

Амблер Тим
А61 Маркетинг и финансовый результат: Новые метрики богатства корпорации: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 248 с.: ил. – Пер. изд.: Tim Ambler. Marketing and the bottom line: The New Metrics of Corporate Wealth. – Pearson Education Limited, Harlow, Great Britain, 2000.

ISBN 5-279-02600-X

Рассмотрена методика оценки эффективности маркетинга как нематериального актива с точки зрения обеспечения конкурентоспособности и создания богатства фирмы. Сделан вывод о том, что топ-менеджеры, кроме анализа финансовой отчетности, должны регулярно отслеживать реакцию потребителей на поведение фирмы на рынке. Предложен перечень «метрик», позволяющих измерять эту реакцию, а также инновационное «здоровье» фирмы.

Для менеджеров предприятий и организаций реального сектора экономики и сферы услуг. Может быть использована при изучении курсов «Маркетинг» и «Управление предприятием».

УДК 339.138+658.152.132
ББК 65.290-2(4Вел)

ISBN 0-273-64248-0
ISBN 5-279-02600-X

© Pearson Education Limited, 2000
This translation of Marketing and the Bottom Line, First edition is published by arrangement with Pearson Education Limited.
Данное издание перевода книги «Маркетинг и финансовый результат», 1-е издание, осуществлено по соглашению с Pearson Education Limited
© Перевод на русский язык
«Финансы и статистика», 2003



Оглавление

Благодарности	7
Предисловие. <i>Сэр Питер Дэвис</i>	9
Конспект для исполнительных директоров	11
Таблицы основных метрик	31
1 Оценка вашей действующей системы.....	33
2 Измерение активов, основанных на рынке	67
3 Выбор метрик	89
4 Стадии оценки эффективности маркетинга	117
5 Измерение инновационного здоровья	142
6 Метрики внутреннего маркетинга	167
7 Обеспечение метриками	191
8 Неопределенное будущее	211
Приложения	
A Оценка кампаний по рекламе и продвижению	222
B Индивидуальные метрики	233
C Дополнение к метрикам инновационного здоровья (глава 5)	239