

<<营销即革命>>

图书基本信息

书名：<<营销即革命>>

13位ISBN编号：9787109102569

10位ISBN编号：7109102564

出版时间：2006-1

出版时间：中国农业出版社

作者：李政权

页数：327

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：<http://www.tushu007.com>

<<营销即革命>>

内容概要

《中国营销与策划精英论坛》集新世纪中国营销与策划经典作品之大成，是现阶段中国本土营销与策划文化的优秀教科书。

它以众多精英的丰富实践为依托，对中国营销策划的成功经验进行总结、提炼和梳理，凝集了中国营销策划精英的真知灼见，是发展中国市场经济的实战真经。

《中国营销与策划精英论坛》是中国营销与策划精英的舞台。

论坛汇集的是全新的原创作品，是中国营销策划精英在研究国情的基础上创新精神的集中体现。

它致力打造中国本土营销与策划文化体系，对中国企业营销与策划实践的发展具有重要的指导意义。

<<营销即革命>>

作者简介

李政权，资深营销.管理专家，分销渠道策略及弱势品牌营销专家。
精确制导营销顾问公司总经理，前进纵队首席策略长官。

兼任：中国商业联合会零售供货商专业委员会的专家顾问组成员及其《中国零售供货行业经营行为规范》的参与制定者；中美国际工商管理学院等院校的特聘教授；多家职业资格认证机构及培训机构的特聘讲师；多家企业及智业机构的营销及战略管理顾问；多家营销、管理类媒体的专家顾问团成员。

他拥有超过10年营销及中高阶管理实战经历，其创导的实效营销工具A-MCR营销全沟通体系及政权分销商选择系数、政权分销商考评系数等系列营销管理模型，受到了众多企业的广泛运用与推广。

其中的A-MCR营销全沟通，在国内的房地产、家电、药品保健品、食品、酒水等诸多领域广受推崇，已经和正在帮助四川长虹、广东邮政等企业获得成功，并在上海、安徽、河南等地催生出了肩扛A-MCR大旗的全沟通流派，日渐成为中国营销界带有本土特色的营销方法论的主流

<<营销即革命>>

书籍目录

前言——打造中国本土的营销与策划文化体系营销体系篇 革新营销体系构筑市场竞争力重构你的营销体系A - MCR铺出丝宝“丝网路”A - MCR打造地产营销新境界营销策略篇 怎样创造市场需求警惕六大营销“杀手”谋杀中小企业如何了解新接手的市场怎样创造市场需求一毛不拔做市场——提高自然销量的六大法则让消费者指牌认购你的产品三大营销沟通策略支招张裕香槟酒渠道篇 制衡超级终端如何选择自营渠道模式自营渠道成本风险的预警及防范终端危机 危险的超级终端终端危机 级终端的九大危险终端危机 超级终端的安全通道制衡超级终端 供货商的出路制衡超级终端 供货商联盟抗御超级终端制衡超级终端 从渠道资源着手弱化超级终端影响力TCL贩卖飞利浦，点明渠道大变革为家乐福“申冤”爬出终端管理的效率黑洞渠道机制缺陷引发终端缺货怎样设计合理的价差体系如何操作价格战经销商自创品牌的四个问题商家怎样做自己的品牌管理篇 “钦差大臣”对决“封疆大吏”跨部门沟通四项注意，三项准备简单的管理者分类“钦差大臣”对决“封疆大吏”炒掉离心离德的开朝元老家族企业管理突围的五六七中小企业构建企业文化的误区探讨中小民企二次创业突围的出路中小企业二次创业：如何培育新的竞争力进行IES改造，突破二次创业瓶颈危机公关中的“杀毒软件”与“防火墙”应对危机：既要向创维学习，也要向伊利学习一场没有胜算的危机公关案例研究篇 企业要成功，需要自己少犯错非常可乐进城：娃哈哈的战略转移还是战略败局娃哈哈童装困局黑马顺驰：一年造一个万科顺驰：百亿之后，危机放大爆果汽：成长的烦恼“第五季”离流行还有多远快餐之父：进退维谷“中国鞋王”的“越狱”问题奥普的遗憾企业文化的CI特征——以张裕为例谈起麻辣营销篇 别被名牌企业吓倒患上产品自恋症，给自己挖坑低成本扩张：被误解，被利用告别单点突破的营销时代低价取胜，只能换来脆弱的领先自以为是的灵活必将被营销标准化打败市场份额新观念——通吃天下是不可能的感谢青岛啤酒侏儒得了巨人症人脉就是一张饼涨价：空调巨头的儿戏“妄语”向“环保烤鸭”看齐周成建怎能不做违心人王石与“王小二”傍上“漂亮姑娘”的任志强微软的“补丁”房地产营销篇 探寻房地产实效营销新手段探寻房地产营销新手段会议营销中的暗礁小楼盘强势销售创佳绩创业忠告篇 如何解决中小企业成长的烦恼病如何解决中小企业成长的烦恼病

<<营销即革命>>

编辑推荐

打造本土营销策划的文化体系，聚焦精英智慧结晶与实战真经！

《中国营销与策划精英论坛》集新世纪中国营销与策划经典作品之大成，是现阶段中国本土营销与策划文化的优秀著作，是中国营销与策划精英原创作品的展现舞台，是中国营销策划精英在研究国情的基础上创新精神的集中体现。

本书是系列之一，“营销即革命”，本书作者根据实战经验，分营销体系、营销策略、渠道、管理、案例研究、麻辣营销、房地产营销、创业忠告等篇章对市场营销作了深入的讲解。

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:<http://www.tushu007.com>