第一图书网, tushu007.com

<<到达彼岸--审视营销>>

图书基本信息

书名：<<到达彼岸--审视营销>>

13位ISBN编号：9787205039998

10位ISBN编号：7205039991

出版时间：1997-08

出版时间：辽宁人民出版社

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

书籍目录

目录
出版前言
序：走下神坛的哲学
如临深渊、如履薄冰——创新时代的市场意识与营销理念
放出了魔瓶的市场经济，惊醒了中国人的安乐梦。

中国人不得不重新思考：在转轨和重塑中，如何提升
市场意识？
创新时代要塑造哪些市场营销的新理念？

知已知彼 百战不殆：商情的预测与妙算
商场一如战场，风云多变莫测。
古人云：凡事预
则立，不预则废。
又云：预谋而后动。
科学的预测能
使您在变换莫测的商界中，出奇制胜。

首因效应：注意“ 你 ”和“ 你的 ”形象
形象是赢得“ 上帝 ”的“ 绿卡 ”。
为了获得“ 上
帝 ”的认同，组织和个人必须塑造好自己的形象；产
品亦应有良好的公众形象。
良好的形象难以自动生成，
提升形象，您需要智慧，也需要努力。

存在主义：换一个角度看营销
马克思说：“ 从商品向货币的惊险跳跃不成功，摔
坏的不是商品，而是商品的所有者。
”然而，商品的所
有者如何创造营销条件，把握营销机遇，实现商品的
惊险跳跃？

人本主义：有效营销之本（上）
美国的“ 星球大战计划 ”、西欧的“ 尤里卡计划 ”、
日本的“ 十年基本对策 ”表面上是为了刺激高科技的
发展，实际上无不以人才为战略目标抢占未来的市场。

因此，“ 放飞 ”人才成了当今市场营销的首选问题
人本主义：有效营销之本（下）
人不能孤立地生活，营销中的人要建立一定的关
系网。
这个网需要管理。
这个问题做得好是一门庄严
的科学；做得不好便是魔鬼！

“ 魔鬼 ”与“ 天使 ”：广告宣传不可动摇的准则
“ 魔鬼 ”与“ 天使 ”也许正如两只手，也正是这两只手，才碰撞出今天广告业中令人惊心动魄的“ 惊雷 ”来。

服务品质：未雨绸缪而非亡羊补牢
服务是商品的重要组成部分，消费者在购买你的商品的同时，也达成了你必须为对方提供服务的契约。

你服务的好坏是你商品能否再卖出去的关键。

点石成金：到达成功的彼岸
商海，大浪淘沙，谁主沉浮？

最终的成功者是那些敢于否定自己，重塑自已的人。
这虽然痛苦，但也许会创造出让世人惊叹的奇迹来！

结语：追求卓越

第一图书网, tushu007.com

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