

<<营销十戒>>

图书基本信息

## <<营销十戒>>

### 内容概要

为什么如今营销越来越难以发挥作用了？

营销大师莫利浦·科特勒指出了当今营销实战中存在的十大过失。

即：公司未能充分关注市场和顾客；公司对目标顾客不够了解；公司需要进一步掌握并监测竞争对手的情况；公司与股东之间的关系欠佳；公司不善于寻找新的机会；公司的市场策划程序有缺陷；公司的产品和服务条款需要改进；公司的品牌创业和交流沟通技巧薄弱；公司没有组织好实施有效力和有效率的市场营销；公司没有最大化地利用技术。

每章针对一个过失来谈，科特勒首先列举各种特定的表象及症状来反应一个公司是否犯有类似错误，然后提出关键改进措施以加强公司实践。

科特勒提供了切实可行的补救措施，让营销回到正轨。

这些不是权宜之计，而是真正能解决长期存在的问题的长久之计。

《营销十戒》为营销从上到下扭亏为盈提供了一整套方法。

## <<营销十戒>>

### 作者简介

菲利普·科特勒是庄臣有限公司杰出的国际市场营销学教授，任职于美国西北大学凯洛格管理学院，著书30多部，包括《营销管理》、《营销领司A到Z》、《横向营销》。科特勒的理论在全世界广泛传播，影响力很大。菲利普·科特勒本人亦被称为现代营销学之父。

## <<营销十戒>>

### 书籍目录

导论 营销现状第1章 公司未能充分关注市场与客户第2章 公司对目标客户不够了解第3章 公司需要进一步掌握并监测其竞争对手的情况第4章 公司与股东之间的关系欠佳第5章 公司不善于寻找新的机会第6章 公司的市场策划程序有缺陷第7章 公司的产品与服务条款需要改进第8章 公司的品牌创立与交流沟通技巧薄弱第9章 公司没有组织好实施有效的营销第10章 公司没有最大化地利用技术  
后记 市场营销效力的十大戒律

## <<营销十戒>>

### 媒体关注与评论

菲利普·科特勒的这本新书不仅仅是对现行营销实战的评击，而且是对现代公司营销的作用和功能的全面总结。

一定要读。

——阿尔·里斯，《品牌的起源：发现产品创新和商界生存的自然法则》的合著者

<<营销十戒>>

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>