

<<零售营销>>

图书基本信息

书名：<<零售营销>>

13位ISBN编号：9787300086712

10位ISBN编号：7300086713

出版时间：2007-12

出版单位：人民大学

作者：理查德·泰德罗

页数：365

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>

<<零售营销>>

内容概要

领导者变老，新管理层为权力而厮杀；消费者需求个性化、多样化，市场变幻莫测；交通运输、通讯信息、数据处理等新技术日新月异……如何应对内外变化，决定了一个公司在市场中是继续成功，还是败下阵来。

书中精彩绝伦的竞争战略、营销战略、品牌战略、价格战略、人才战略，为您演绎真实的百年传奇！

作者简介

理查德·泰德罗，著名哈佛商学院教授。

他的博学、优雅及人文批判气质使他成为当代杰出的商业史专家。

他的著名畅销书《影响历史的商业七巨头》(获选美国《商业周刊》2001年十大商业图书)、《沃森王朝》持续热销，他还经常在《哈佛商业评论》、《财富》及其他杂志期刊发表文章。

书籍目录

第1章 空前消费的世纪：铸造美国的商业中心第2章 可乐大战：可口可乐与百事可乐第3章 将美国放在车轮上的公司：福特与通用汽车第4章 美国食品的储藏室：A&P公司的兴衰第5章 将大众市场带给千家万户：西尔斯—罗巴克公司、蒙哥马利—沃德百货和其他新兴的竞争对手第6章 成功的秘诀：用历史的观点解读现代市场营销附录A 连锁食品店和独立食品店营业状况的对比附录B 1930年迈克尔·库伦写给克罗格公司总裁信的摘录感谢我的朋友们

<<零售营销>>

编辑推荐

哈佛商学院著名教授权威著作！

美国零售营销的百年成功发展史！

《财富》杂志强烈推荐的必读书！

销售行为学家、畅销书《用脑拿订单》作者孙路弘专文推荐！

通过这本书，中国读者最应该学习的是营销规划——如何从控制大众市场向控制细分市场发展，如何从应对竞争到自我竞争的发展，如何在激烈市场竞争中制定有远见的营销策略，如何把握消费者快速变化的消费行为。

在这个提示下，请读者结合自己的企业营销，慎重掂量如下五个问题：如何判断低价竞争的最佳时机？

对于低价竞争的相关持续性的步骤，应该思考哪些关键点？

如何有效地修改消费者采购产品时的参考规则？

如何建立预防竞争者进入的最佳壁垒？

中长期市场营销规划的要点有哪些？

带着这些问题阅读这本书，您将会有意想不到的收获！

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>