

<<钱皮新营销>>

图书基本信息

书名：<<钱皮新营销>>

13位ISBN编号：9787300103556

10位ISBN编号：7300103553

出版时间：2009-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：詹姆斯·钱皮

页数：201

译者：林嵩

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>

<<钱皮新营销>>

前言

自从营销组合概念出现以后，营销就变成了一个包括无数组合要素的魔方，如何组合好这个魔方，一直是全世界营销理论研究者和实践者苦苦思考的问题。

成果自然无比丰富，但是争论也是此起彼伏，大家感叹营销管理成果突飞猛进的同时，也有选择上的无所适从：究竟应该相信谁呢？

营销理论的研究方法有很多，但是案例研究仍然是当今变化时代探寻营销规律的最好方法之一，其结论更容易令人信服。

《钱皮新营销》这本书就是最好的证明。

一是它通过案例研究的方法集中回答营销问题。

国内已经出版的《追求卓越》、《从优秀到卓越》、《基业长青》等通过案例研究，归纳企业成功的一般特征，但是集中分析营销成功规律的书籍非常少见，除教材之外的大多数营销类书籍或是理论化的实证研究，或是自我感觉的空发议论，即使有些案例研究也是简单地描述，缺乏深刻的分析和提出规律结论。

《钱皮新营销》一书调查发现了1000家发展速度连续3年高于15%的企业，从中筛选出8家具有营销特色的公司，然后对这些企业的领导人进行了大量的个别访谈，最终通过分析研究归纳出相应的营销结论。

其研究结论自然令人信服。

<<钱皮新营销>>

内容概要

《钱皮新营销》一书调查发现了1000家发展速度连续3年高于15%的企业，从中筛选出8家具有营销特色的公司，然后对这些企业的领导人进行了大量的个别访谈，最终通过分析研究归纳出相应的营销结论。

其研究结论自然令人信服。

<<钱皮新营销>>

作者简介

詹姆斯·钱皮，研究业务重组、组织变革和企业再造等管理问题的世界权威。

与迈克尔·哈默合著的《企业再造》一直被奉为企业改革的“圣经”，全球销量逾200万册，被译成17种语言。

随后的《再造管理》、《快速前进》等书也在为企业界提供持续的智慧 and 动力。

富有实干精神的企业家、资深经理人和咨询师。

曾任CSC指数公司的创始人和董事长，目前就任佩罗系统公司咨询应用实践部主席，传授和撰写真正的企业管理经验，将实用主义之风带入企业界。

在PBS商务频道主持节目，并给《福布斯》、《销售与营销管理》、《快公司》等杂志撰写专栏文章。

<<钱皮新营销>>

书籍目录

前言第1章 激发灵感成就无限第2章 用使命感召唤顾客第3章 便捷又经济的成功法则第4章 构建富有创意的合作关系第5章 化繁为简的营销哲学第6章 真诚守信与迎合顾客同等重要第7章 满足别人之前先满足自己第8章 顾客是天然的推销员第9章 时尚与体育的激情邂逅结语鸣谢译者后记

<<钱皮新营销>>

章节摘录

插图：他们让每一个经过的顾客、商店的售货员、乳品店经理，甚至是检查货架存货的品牌代表品尝他们的酸奶样品。

后来，赫什伯格调侃道，他们当时就活像那些兜售免费洗车服务的童子军。

但不管怎么说，这一招奏效了。

他们希望拯救地球、实践可持续性商业使命的热情和酸奶与众不同的品质，吸引了大批顾客。

他们成功地说服了Stop&Shop连锁超市将他们的酸奶产品摆上了该公司在新英格兰州数百间连锁超市的货架上。

最让人兴奋的是，这些合作伙伴实现了被赫什伯格称为石原农场“与顾客的握手”的目标。

这样的握手不是指身体上的接触，它隐含了这样的约定——它是酸奶独特品味和拯救地球事业的保证

。

这种酸奶是有机的、纯正的或者全天然的产品。

所使用的牛奶不含防腐剂，大部分来自没有接触过化学品、杀虫剂和药物的奶牛。

感到满意的顾客将石原农场的情况告诉他们的朋友们，品牌效应也就随之开始形成。

石原农场在芝加哥市的销售也取得了巨大的成功。

<<钱皮新营销>>

后记

企业活动是社会发展中一类富有活力、充满诱惑的组织活动，而营销管理更是这一活动中最具备挑战性的环节。

《营销启示录》是对这一环节的精彩诠释。

面对着光怪陆离、五光十色的当今社会，顾客的口味已经发生了重大变化。

他们随性、自我、不拘泥于传统的条条框框，忠实于老品牌、老产品，又勇于尝试新鲜事物。

如何有效实施营销活动，进而借助营销手段的推动，成为产业中的领军人物，这是企业所要重点解决的现实问题。

在这一方面，《营销启示录》提供了有益的思路。

<<钱皮新营销>>

媒体关注与评论

该书选择的8家成功案例企业，都有不同的营销特色，分析得出的8个不同结论，都是围绕着留住顾客这一视角，大大丰富了营销成功的路径。

——李飞 清华大学经济管理学院营销学和零售学教授

<<钱皮新营销>>

编辑推荐

《钱皮新营销:激励顾客的成功法则》:管理理论已无新的突破,企业经营的新做法却层出不穷全球白金畅销书《企业再造》作者、最值得期待的管理大师詹姆斯·钱皮不管大公司、轻公司,能够激励顾客就是好公司!“喝我们的有机酸奶,你就是在拯救地球!”谁能抗拒这样有使命感的产品?“无论你在哪,步行7分钟,你就能开上宝马!”租车也能这样方便又划算!让病人、医药顾问、药剂师、小型药房、公司员工全都有利可图。

“几分钟帮你轻松搞定域名注册!”虽然背后可能有2000人在支持你这几分钟。

“诚实茶”,“诚实”是第一位的。

“茶”是第二位的。

生产连自己都爱不释手的产品,自然能满足和你一样的顾客。

话说,有一种迫不及待向你推销“大绿蛋”烤肉架的消费者叫“蛋头”……彪马的关注点不在鞋子的性能。

而在于为那些在乎鞋子性能的人提供时尚的运动鞋。

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>