<<营销其实很简单>>

图书基本信息

书名: <<营销其实很简单>>

13位ISBN编号: 9787303084609

10位ISBN编号:7303084606

出版时间:2007-4

出版时间:北京师范大学出版社

作者:赵一沣

页数:134

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

<<营销其实很简单>>

内容概要

如果你的企业还在追求完美,还在拼命分析消费者心态,或者致力于打击竞争对手,那么,你应该看看这本书,或者推荐你的上司看看这本书,从平庸而收效甚微的传统销售中跳出来,将营销提升到全新的层面。

所谓的追求完美有时不过是借口而已,所谓的消费者心态很多时候连消费者自己都弄不清楚,所谓的竞争对手很可能长期共存。

营销战略,着力应对企业市场开拓与产品推广层面更高级别的挑战,解决销售所不能应对的复杂局面

营销的目标只有一个——利润,所有的一切都应该围绕如何获取利润展开。让繁复的销售退居次席,让简单的营销走上前台,从这里开始,实现销售到营销的跨越。

<<营销其实很简单>>

作者简介

赵一沣:原名赵树林,"简单营销"创始人,"营销者战略"创始人,经理人训练和经销商发展战略专家,现任百年盛世营销管理咨询有限公司首席执行官兼首席顾问,《销售与经济》、《理财》杂志、中国管理传播网等多家媒体特约撰稿人。

<<营销其实很简单>>

书籍目录

导论:营销其实很简单第一部分:营销者战略时代来临第二部分:赢利规则第三部分:强盗逻辑第四部分:穿越理论第五部分:突破技巧第六部分:三维动作第七部分:从征服到影响编尾寄语:拥有自

己的模式

<<营销其实很简单>>

编辑推荐

《营销其实很简单》是由北京师范大学出版社出版发行的,为什么销量越来越大,利润却越来越少? 为什么品种越来越多,市场份额却越来越小?

为什么产品的生命周期越来越短,竞争对手的模仿速度却越来越快?

为什么对手的价格比我们高,销量却比我们大?

为什么价格一降再降,产品却越卖越少?

销售本身,不能完全解决自己的问题,这正如再好的外科医生也不能给自己做以脏手术一样! 我们只能把过去现在和未来的营销融合在一起思考;我们只能把东西南北规划在一个版图上行动,但 不管怎样,一个营销者战略时代都即将来临。

<<营销其实很简单>>

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