

<<企业营销再造>>

图书基本信息

书名：<<企业营销再造>>

13位ISBN编号：9787303096954

10位ISBN编号：7303096957

出版时间：2009-1

出版时间：北京师范大学出版社

作者：赵一津

页数：166

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>

<<企业营销再造>>

前言

商界其实每天都有奇迹发生，唯一的悬念是：发生在谁的身上！

过去的营销，其实很普通，他也年轻过，年轻的营销与我们大多数人一样，长相没什么创意，但对创造财富却有自己独特的见解。

虽然一直都很勤奋，但依然很贫穷。

众所周知，五彩缤纷的商界，是所有人结识财富的乐园，贫穷的营销每天在乐园里不停地奔跑，唯一的目的就是：企盼与财富结交！

营销有四个好朋友，“经营”“管理”“销售”“品牌”，他们与营销一样贫穷，一样每天期盼财富的来临。

营销还有四个跟班，“产品”“价格”“渠道”“促销”，他们每天围绕在营销的周围，希望和营销一起创造奇迹！

<<企业营销再造>>

内容概要

我们的企业有明确的目标吗？

我们为了实现目标都做了些什么？

我们正在做的所有这一切真的有效吗？

我们所做的和要做的真能保证实现目标吗？

百年盛世营销管理咨询的忠告：中国已经全面进入商业社会，但绝大多数企业的营销思维仍然沿用农业社会的逻辑！

未来的营销，既不会重复，昨天某个人的辉煌，也不会再现，今天某个事件的经典！

穷人和富人都在追逐财富，大大小小的企业都在追逐资本，但财富和资本一直在追逐模式！商业社会的营销价值，体现为一个企业整体的营销和这个企业营销模式的成功！

金融到了周期自然海啸，政策遇到状况必然调控。

没错！

不死是企业必须坚守的硬道理！

但这个硬邦邦的道理根本不能当饭吃！

不管是红海还是蓝海，顺水必须提速，逆势也只能上扬！

无论是航空母舰还是一叶孤舟，领先需要再造，落后更必须再造！

只有企业营销再造才能彻底解决企业持续发展的问題。

对于任何企业来讲，这根本不是一种创造，而仅仅是一种发现！

<<企业营销再造>>

作者简介

赵一泮（原名赵树林）

百年盛世营销管理咨询公司总裁

简单营销创始人，营销者战略创始人

畅销书《营销其实很简单》作者

职业营销选手训练与企业营销再造专家

研究方向：企业营销再造；营销战略定位；营销策略组合；营销执行方法；营销管理模式；职业营销选手训练；营销感觉寻找；营销规律把控；简单营销模式；统衡企业管理；经销商赢利模式。

<<企业营销再造>>

书籍目录

前言：营销的前世今生第一章 企业营销再造第二章 锁定商业模式第三章 归零企业定位第四章 聚焦选择市场第五章 差异商品组合第六章 突破顾客价值第七章 迅速整合团队第八章 把握品牌切入第九章 简单经营管理篇尾寄语：营销的四句箴言

章节摘录

第一章 企业营销再造第三个问题BH3：资源资源是什么？

如果我们连这样的问题也探讨一下，这本书大约写100万字也写不完。

关于企业资源，我们这里只讨论一点，就是从企业营销再造的层面，如何从资源的角度，锁定企业的商业模式。

随着信息技术和情报能力的双重增长，跳出那些所谓的市场营销宏伟蓝图，商业社会的企业营销，必须面对的现实就是三个资源的同质化。

产品同质化：可口可乐与百事可乐，这两个产品的本质区别在哪里？

我以前喜欢喝青岛啤酒，现在我喜欢喝金威啤酒。

蒙起我的眼睛，我确实分辨不出喝的是什么啤酒。

我们每个人家里都有电视，你真的知道三星的液晶和国产的等离子有什么不同吗？在产品高度同质化的商业社会，对于企业营销再造来讲，产品根本不是能够支持企业商业模式的资源。

服务同质化：从所谓的“实行三包，代办托运”，到现在的“七天包退，一个月包换，三年保修”，你见到过多少真正能够兑现的服务承诺？我们见到的事实是：每个挂着“七天包退，一个月包换，三年保修”条幅的手机卖场，旁边都有星罗棋布的“手机维修”门店。

商业社会只有一种服务是可以相信的，就是收费的服务。

所有那些不收费的服务，其实都是同质化的，因为所有这些不收费的服务都一样，不过就是一句空话。

所有收费的服务，就是企业的产品，对于企业营销再造来讲，服务也不是能够支持企业商业模式的资源。

<<企业营销再造>>

编辑推荐

《企业营销再造:抢在竞争对手之前知道的秘密》是作者个人十八年企业营销经历的感悟，也是百年盛世营销管理咨询公司全体员工企业营销服务经验的结晶，更是该公司上百家客户企业营销实战的精华凝聚。

《企业营销再造——抢在竞争对手之前知道的秘密》带给每位读者的，不仅仅是一个埋藏许久的秘密，也不仅仅是一些思考或者感悟，而是一套完整的企业未来营销的系统解决方案。企业营销再造的理念一针见血，企业营销再造的方法切实可行，与其说这是一本商业书籍，不如说是为每个企业规划的未来5年的企业营销模式。

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>