

<<市场营销>>

图书基本信息

书名：<<市场营销>>

13位ISBN编号：9787502356163

10位ISBN编号：7502356169

出版时间：2007-5

出版时间：科技文献

作者：姜慧德

页数：361

字数：272000

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>

<<市场营销>>

内容概要

本书介绍了多家美国企业经营上的成功案例，这些企业大到全球性的企业巨头，如IBM、沃尔玛，小到小企业的创办，如丑小鸭出租车公司，产品幅度从传统重工业产品到高技术器件与服务。对每一企业的市场营销都采取案例和理论相结合的方式展开叙述，案例表现战略主题及战术实施，理论部分则给出提示，提示一些深厚的管理意蕴。本书对我国企业的管理者具有十分有益的借鉴作用。

<<市场营销>>

书籍目录

第一部 产品策略 独特的“情感鞋” 经典案例 麦尔维尔的人性化营销模式 提示 人性化设计使产品具有情感色彩 为自己做嫁衣裳 经典案例 万宝路产品形象的塑造 提示 好产品也得有好形象 寻觅顾客“芳踪” 经典案例 “丑小鸭”的市场补充模式 提示 确定心目中的顾客 选择“靶子”市场 经典案例 可口可乐的市场细分 提示 伤十指不如断一指 不要漠视新产品 经典案例 吉列,因自负而错过机遇 提示 关注行业技术进步至关重要 新鲜产生于指间 经典案例 3M的产品领袖模式 提示 产品开发,务必抢占滩头 找准顾客心 经典案例 宝洁的产品策略 提示 因地制宜,满足顾客需求 见树木又见森林 经典案例 费林,小狗“凶猛” 提示 重视产品的生命周期意义重大

第二部 价格策略 推销天才好定价 经典案例 吉诺鲍洛奇的定价经典 提示 商战也是心理战.....

第三部 渠道管策略 第四部 促销策略 第五部 竞争策略 第六部 品牌策略 第七部 广告策略 第八部 客服策略 第九部 公关策略 第十部 创新策略

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>