## <<新营销主张>>

#### 图书基本信息

书名: <<新营销主张>>

13位ISBN编号: 9787506023788

10位ISBN编号: 7506023784

出版时间:2005-12

出版时间:东方出版社

作者: 贾昌荣,曾朝晖

页数:296

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

### <<新营销主张>>

#### 内容概要

新营销,其本质就是创新营销。

创新营销主要在三个方面见功夫:差异化营销、精细化营销和品牌营销,并且这三个方面高度和谐与统一,并非"各自为政"。

在中国,很多行业市场成熟度还不够高。

于是,不断有[黑马]涌现,并迅速在激烈的市场竞争中抢占一席之地。

这些[黑马]多以[搅局]制胜,与其说他们是行业规则的[破坏者],不如说其为[创新者],他们抓住了行业市场的弱点和机会。

有一个成语"大同小异",其实企业营销本身也在大同化,或者说同质化,包括产品、技术、概念、模式、渠道、促销等等,然而产品(或服务)缺乏差异就很难在市场上脱颖而出,更别提获得长久的竞争优势。

因此,在上述要素"大同"的情况下,要善于制造"小异","小异"也可能给企业带来大创新。在本书中,作者力争把营销战略及战术层面的新迹象、新苗头、新观点、新思路以实务、案例的形式,生动活泼地展现给读者朋友。

## <<新营销主张>>

#### 作者简介

贾昌荣,知名营销专家,国际品牌研究学院研究员、特聘教授,长春市团委特聘青年创业导师,2005年中国企业十大最具魅力策划师、培训师。

拥有10年市场营销实战经验,先后在国内多家知名企业担任过销售代表、市场部经理、策划总监、营销总监、营销总经理等职务。 曾为包括

### <<新营销主张>>

#### 书籍目录

第一章 营销模式 调研营销:把握十大实施策略 搅局营销:"坏孩子"如何玩转它 俱乐部营销:链接客户的"金手铐"全程协销:增值价值链 淡季营销:如何让品牌资产保值增值 团购营销:制胜节点市场的推广策略 惩罚营销:连"惊"带"吓"促成交 干扰营销:打击竞争对手 论坛营销:在互动中搞掂经销商 服务营销:赢得客户忠诚 造梦营销:给消费者信心第二章 营销策略 为创新营销难支招 "低价"是一种营销模式 营销差异化的八策略 新品上市:如何操作公关策略 新品上市的终端反遏制策略 诊治企业"过度促销病"中小企业:理性接招"价格战"二、三线市场:诱人的奶酷VS难啃的骨头 区域市场产品突破策略 营销培训:方法成就实施 代言人策略:卖产品不如买人 硬性广告:不要强行"闯关" 植入广告运作的十大原则 直面女性营销的广告策略 媒体公关的15个操作规则大型公众活动策划与品牌管理 中小体育赛事广告运营 招商,别让品牌"受伤" 品牌病症与误区第三章 行业透视 中国健康产品营销操作内幕 招商广告实效之路在何方 破解健康产品专卖营销"死穴"甲级写字楼推广的直销突围 房地产最大化营销的销控策略 汽车营销,除了降价还有什么 汽车营销:向"好色者"出卖结语

# <<新营销主张>>

#### 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