

<<水平营销>>

图书基本信息

书名：<<水平营销>>

13位ISBN编号：9787508610948

10位ISBN编号：7508610946

出版时间：2008-3

出版时间：中信

作者：科特勒

页数：193

译者：陈燕茹

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>

<<水平营销>>

前言

《水平营销》有机会以中文出版，有机会进入世界最重要的国家之一——中国，有机会面对如此庞大的读者群体，我作为该书的作者之一，感到非常高兴。

我们一直艰苦求索，以找到一套方法，帮助管理者不断开发大量的新产品和新服务。

多数产品会变得陈旧过时。

无论在意识层面还是潜意识层面，客户都需要不断地变化。

多数公司只是简单地推出新口味的汤、新类型的洗发水、新款的汽车，但实际上它们与从前的产品大同小异，所以脱颖而出的机会微乎其微。

如果公司进行水平而非垂直的思考，在很多情况下，他们不但能够发掘出新产品，而且能够发现令市场振奋且满意的新的产品类别。

水平营销包含的思想之一，就是将本来无关的概念同现有商品相结合，以探索这种结合能否创造出新的产品类别。

在赢得市场机会方面，新的产品类别远胜过同一产品的另一翻版，因为后者只是口味、大小或包装方面的变化而已。

中国人的创造性历史悠久、众所周知，我希望水平思考的方法能够起到锦上添花的作用。

菲利普·科特勒

<<水平营销>>

内容概要

《水平营销》(全新修订版)言简意赅地揭示了一个浅显的道理——传统上多数公司采用的、分析式的营销创新方法无助于根本性的创新。要想创造可能深刻改变市场的新概念，水平营销是更好的方法，因为它所依赖的，正是有助于催生真正新思想的创造性技巧。

<<水平营销>>

作者简介

市场营销学权威之一，美国西北大学凯洛格管理学院庄臣公司资助的国际营销学教授，曾获得芝加哥大学经济学硕士学位和麻省理工学院经济学博士学位。

科特勒博士出版了许多成功著作，在一流刊物上发表了百余篇论文，而且作为营销领域的杰出领先者获得过众多奖项，他是唯一获得三次“阿尔法·卡帕·普西奖”的学者。

科特勒博士现任美国市场营销协会理事，并为多家美国或国外的大公司做营销战略方面的咨询。

<<水平营销>>

书籍目录

推荐序 中文版序 引言 内容简介 第1章 市场的演变与动态的竞争在包装商品领域，集中销售急剧增长 竞争者减少，品牌数量剧增 产品生命周期大大缩短 更新比维修便宜 数字技术引发了多个市场的革命 商标数与专利数迅速上升 特定产品花样翻新速度惊人 市场极度细分 广告饱和至极 以及媒体的细分化使得 新产品推介越来越复杂 消费者变得越来越难打动 结论：市场竞争日趋激烈 结语 第2章 传统营销思维的优势与劣势 需求分析是起点 市场界定作为竞争策略 市场细分与定位营销组合的形成：所见即惟一 结语 第3章 源自特

<<水平营销>>

章节摘录

网吧 咖啡店和餐馆通常经营饮料、咖啡、茶、食物和三明治等，可网吧呢？当互联网还不普及时，有人就想到了将上网和餐饮结合起来的新生意——网吧。

网吧里的饮料有的收费，也有的免费，但顾客必须按小时付费。

在顾客喝饮料的桌子上就有一台供上网的电脑。

顾客可以在网上冲浪，收发邮件，在线聊天。

现在你不必邀请他人陪你喝咖啡了。

你可以一个人在网吧里喝着咖啡，通过网络与别人交流。

如今网吧已非常流行，每平方米的盈利较之以前单卖饮料时要高得多。

而且，与普通咖啡馆不同的是，顾客待得越久，利润就越高。

普通咖啡馆的老板希望顾客喝完后就走人，每平方米的利润率是可观的。

我们暂且不提网吧，要是运用市场细分和定位的策略，我们或许会想到开一个为咖啡爱好者供应五十多种咖啡的咖啡馆，开一个温馨的酒吧，或者专为多人聚餐而备的餐馆。

但是，互联网呢？市场细分与定位是诞生不了“咖啡馆+电脑”的灵感的。

“当孩子的教父”这么多年来，非营利组织已经为缓解全球问题进行了多次募捐：第三世界的饥荒问题，艾滋病，自然灾害，等等。

一些募捐者觉得对捐款的去向一无所知。

“我给艾滋病基金会捐过钱，但钱是拿去买药还是用于支付医疗费用了呢？”人们想要知道答案。

有人想到了帮助捐助者了解钱的使用情况的点子。

“当孩子的教父”的活动是直接捐款给某一地方的某个儿童。

基金会给每个捐助者提供他所资助的儿童的照片与姓名。

捐助者必须至少给该儿童提供从6~13岁的生活费及学费。

这项活动是迄今为止最为成功的募捐活动之一。

它所考虑的不再是整个国家的需要，而是具体的个人需要。

受捐者是有名有姓的，这样捐助者便能与受捐者的命运联系在一起。

大多数其他的募捐活动都向捐助者保证捐款将用于家园和校舍建设，但是因为所需的资源来自许多人的捐献，这种保证难以让捐助者满意。

而“当孩子的教父”的活动则能双倍地让捐助者满意，因为捐助者不仅可以看到孩子长什么样，而且清楚自己的捐赠对象到底得到了什么。

P53-55

<<水平营销>>

编辑推荐

《水平营销》(全新修订版)充分利用消费品行业的大量案例，详细说明了水平营销的方法。

<<水平营销>>

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>