

<<工业品营销>>

图书基本信息

书名：<<工业品营销>>

13位ISBN编号：9787509603055

10位ISBN编号：7509603056

出版时间：2008-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丁兴良，杨世伟 主编

页数：91

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>

<<工业品营销>>

内容概要

本书为《工业品营销》杂志2008年8月刊，聚焦中国工业品营销的创新与转型，旗帜鲜明地提出“工业品营销：赢在信任”的主张，阐述了基于信任导向的中国特色的工业品营销管理体系，通过一个虚拟的工业品制造企业AG公司，为读者再现了一系列真实案例，使本书更具可读性和可操作性。

<<工业品营销>>

书籍目录

典·人物 蒙古族英雄造就企业神话 儒者万讯 北塔：IT运维管理领航者 竞争中体验，体验中分享 和谐成就价值——德国瑞茨水泵中国代表处首席执行官潘涛先生专访 赢·锦囊 项目型销售与管理体系 三大战术打赢工业品营销价值战 中小涂料品牌的新营销之道 赢·品牌 品牌塑造：一个成功企业的必经之路 如何处理品牌危机 移动联通奥运营销大比拼 沃尔沃的品牌故事 赢·百家 为第三方创造价值：由线性营销4P到网状营销1P 品牌机床展刮起“日式旋风” B2B营销沟通模式 一体划解决方案式营销 与客户共赢天下——浅析提升客户关系的有效方法

章节摘录

插图：

<<工业品营销>>

编辑推荐

《工业品营销(2008年8月刊)》将介绍：与客户共赢天下，三大战术打赢价值战，沃尔沃的品牌故事等

《工业品营销(2008年8月刊)》由经济管理出版社出版。

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>