

<<聚合营销>>

图书基本信息

书名：<<聚合营销>>

13位ISBN编号：9787800737176

10位ISBN编号：7800737179

出版时间：2003-08

出版时间：中信出版社

作者：[美]维查·玛哈简

页数：324

字数：297000

译者：解杜娟等

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>

<<聚合营销>>

内容概要

今天，我们进入了“半人马”时代。

消费者的行为跨越了多个渠道。

他们把人类从古至今的需求和行为与新兴的网络行为结合在一起，就像古希腊神话中的半人马，用新科技武装的四肢飞快地奔跑，而胸膛里跳动的却是同样古老而不可预测的人类的心脏。

这种消费者的行为混合了传统的和数字化的、理性的和感性的、虚拟的和现实的因素。

这种消费者并不是二者之一，而是它们综合的产物。

本书主要着眼于由综合型消费者的出现而形成的长期商业机会，以及各公司怎样将这些商业机会转化为资本，从一定较宽广的视角揭示了“半人马”型消费者对企业战略、组织结构，以及市场营销所产生的战略性影响。

<<聚合营销>>

作者简介

约瑞姆·杰瑞·温德，营销学专家；美国沃顿商学院营销系主任，沃顿学会电子商务项目的创始人，被誉为“沃顿的思想战车”；SEI管理学高级研究中心的创造人兼董事；全球最著名的营销学作家之一。

温德先生还在众多行业中担任各大国际知名公司的资深顾问。

<<聚合营销>>

书籍目录

引言：与“半人马”并驾齐驱第1篇 了解“半人马” 第1章 “半人马”苏醒了 第2章 “半人马”的真面目第2篇 驾驭聚合的5个C 第3章 客户化营销方面的聚合 第4章 社区方面的聚合 第5章 渠道方面的聚合 第6章 竞争价值的聚合 第7章 选择的聚合第3篇 掌握聚合营销 第8章 转换营销 第9章 聚合营销战加重第4篇 组织的聚合性转变 第10章 设计聚合型组织 第11章 聚合性转变 第12章 结束篇

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>