

<<现代营销之父菲利普科特勒营销精>>

图书基本信息

书名：<<现代营销之父菲利普科特勒营销精华>>

13位ISBN编号：9787801061874

10位ISBN编号：780106187X

出版时间：2003-1

出版时间：线装书局

作者：霍夫曼

页数：378

字数：258000

译者：乔木

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>

<<现代营销之父菲利普科特勒营销精>>

内容概要

本书的内容包括上篇：科特勒的营销制胜之道、科特勒营销精点一：以更高品质取胜、科特勒营销精点二：以较低的价格取胜、科特勒营销精点三：以较佳服务取胜、科特勒营销精点四：以更高的市场占有率取胜、科特勒营销精点五：以量身打造和订制取胜、科特勒营销精点六：以不断的产品改良取胜、科特勒营销精点七：以产品创新取胜、科特勒营销精点八：以进入高长市场取胜、科特勒营销精点九：以超出顾客期望取胜；中篇：科特勒营销管理之道、科特勒营销管理精点一：调研并利用市场情报等内容。

.....

作者简介

大卫·霍夫曼，1976年美国哥伦比亚大学毕业后，先后在《华尔街日报》、《商业周刊》等媒体任记者和评论员。

1983年哈佛大学商学院MBA毕业后，任美国沃尔斯玛特连锁公司营销策划，后在通用电器、JP摩根等公司任公关经理的投资顾问。

1996年组建道尔顿咨询公

<<现代营销之父菲利普科特勒营销精>>

书籍目录

上篇：科特勒的营销制胜之道科特勒营销精点一：以更高品质取胜科特勒营销精点二：以较低的价格取胜科特勒营销精点三：以较佳服务取胜科特勒营销精点四：以更高的市场占有率取胜科特勒营销精点五：以量身打造和订制取胜科特勒营销精点六：以不断的产品改良取胜科特勒营销精点七：以产品创新取胜科特勒营销精点八：以进入高长市场取胜科特勒营销精点九：以超出顾客期望取胜.....中篇：科特勒营销管理之道科特勒营销管理精点一：调研并利用市场情报.....

编辑推荐

- 仔细定位目标市场，并且直接向该目标市场提供一流的产品或服务。
 - 营销方案要围绕“4PS”进行：产品（Product），价格（Price），渠道（Place）和促销（Promotion）
 - 很多重要步骤应该走在4PS之前。
- 在决定任何一个P之前，所有优秀的营销策划必须开始于一个“R”（Research），即调查。

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>