

<<海尔的营销策略>>

图书基本信息

书名：<<海尔的营销策略>>

13位ISBN编号：9787801476388

10位ISBN编号：7801476387

出版时间：2002-2

出版时间：企业管理出版

作者：孙健

页数：300

字数：200000

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>

## <<海尔的营销策略>>

### 内容概要

海尔以其惊人的发展速度成为目前我国家电企业的排头兵，并向着世界500强的目标发起进攻。与此同时，世界也以关注的目光注视着这个企业的成长。

国内外的专家、学者及企业界人士对海尔的成功经验充满兴趣，将之称为“揭开实现中国人梦想的经营者的秘密。”

”本书向您展示的是在激烈的市场竞争中，海尔人是如何制定、实施和不断完善他们独具特色的“营销策略”，在风云变幻的国内外市场上不断开拓前行的。

## <<海尔的营销策略>>

### 作者简介

孙健，男，1959年11月23日生，教授，博士。

现任教育部直属重点综合大学青岛海洋大学经济学院院长，主要研究方向有：企业管理、资本运营、金融市场，多次主持和参加国家、省、部委、市及企业的科研项目，项目的研究成果有的在国家一级刊物上发表，有的荣获省、市社科奖。

1990

## <<海尔的营销策略>>

### 书籍目录

前言第一章 细分与创造市场 1.1 细分市场:海尔市场开拓的法宝 1.2 差异化营销:海尔占领市场的奥秘 1.3 创造市场:海尔自己做"蛋糕" 1.4 海尔定位策略:国内国际两副牌第二章 营销组合 2.1 产品策略:以市场为导向的产品创新 2.2 定价策略:不打价格战,打价值战 2.3 渠道策略:多渠道发展,两条腿走路 2.4 促销策略:以社会为导向的促销策略第三章 品牌营销 3.1 品牌与品牌营销 3.2 海尔品牌的创造之路 3.3 品牌形象运作:扩大海尔品牌的知名度 3.4 服务至上:创出海尔品牌的美誉度第四章 国际营销 4.1 国际化的营销策略 4.2 海尔世界竞风流 4.3 国际市场开发三步曲:播种、扎根、结果 4.4 海尔的营销策略:做国际化的品牌第五章 网络营销 5.1 新经济下的网络营销 5.2 要么触网要么死亡 5.3 完善电子商务:打造个性化航母第六章 启示篇 6.1 市场选择要善于发现机会 6.2 营销组合要独具特色 6.3 企业应以品牌为灵魂 6.4 企业要与国际化接轨 6.5 企业要迎接新经济挑战海尔大事记参考书目后记

<<海尔的营销策略>>

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>