

图书基本信息

书名：<<跨国企业20位营销经理中国市场10年征战录>>

13位ISBN编号：9787801478412

10位ISBN编号：780147841X

出版时间：2003-03

出版时间：企业管理出版

作者：姜仲良(主编)

页数：345

字数：400000

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>

内容概要

任何一个跨国公司都有独特的企业文化及成功之道，它们在中国这片新兴市场上能取得长足发展，实是不易，因为这里面有太多的差异；文化、价值观、思维方式、经营体制，等等。如何缩小这种差异，融合不同的文化，是外企在中国这个特定的市场上所要跨越的第一道坎。经过20多年在中国的不断发 展，跨国公司不但推动了中国企业的改革进程，也为我国培养了一大批营销管理人才，创造了新的营销理念。

书籍目录

卷首语：跨国中坚 —— 跨国企业20位营销经理中国市场十年征战录 帮助客户成功，同时成功自己
—— 利乐营销思想及策略为大于其细 —— 可口可乐大品牌“小动作”水土不服，“洋病”还需中医治
—— 雀巢冰淇淋ZJ市场营销得与失临门一脚 —— 花王订单争取与账款回收策略终端 —— 你是我心中永远的痛
三得利营销企划管理“两乐”渠道开发之我见张开渠道分销的天罗地网宝洁：分销商策略透视
BE BRAVE，BE PATIENT构筑美登高市场营销阵地解读人头马盛装舞步SARA LEE，弱势品牌市场
圈地实操快速消费品的渠道和经销商管理变革让专业的人专心做事 —— 立邦漆“处处放光彩”的背后
跨国医药企业销售系统揭示康师傅绿茶饮料上市策略百事：客户扣率管理经典剖析吉列的零售发展
系统我八年的雅芳路程跨国公司的目标管理与绩效考评市场部，跨国公司营销中枢管理+计划+品质=
优质产品 —— 著名品牌公司制造优质产品的方程式

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>