

<<赢>>

图书基本信息

书名：<<赢>>

13位ISBN编号：9787806014189

10位ISBN编号：7806014187

出版时间：2004-1

出版时间：万卷出版(原辽宁画报)

作者：李海龙

页数：303

字数：333000

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

营销游戏本无任何规律可循，正所谓“兵无常势、水无常形”，本书无意向诸位推广“放之四海而皆准”的所谓“模式”，本书的真实意义在于与您沟通、探讨，因为本书是作者在对具有中国特色的营销策略的探索中，通过对一些营销成功或失败案例的亲身经历和体验而得到的一些即时感悟。

这本书的亮点在于，作者写这本书的时间实际上只占三成，另外七成的时间都是在市场上进行实际操练。

这不是一本关在书房里写出来的书，它来自于市场——这个没有硝烟，却到处布满鲜花和陷阱的地方

。

作者简介

李海龙，四川绵阳人，著名职业营销管理专家，泛德营销管理咨询有限公司首席顾问，中美国际工商管理学院特聘教授，世界咨询师协会高级咨询师，青岛潜力品牌评选专家评委。

李海龙先生集结来自多家知名企业的营销精英，组成黄金搭档团队，共同为客户提供专业化的营销管理

书籍目录

第1章 没有疲软的市场，只有不正确的营销 竞争是企业生活的一部分——只有找借口者才会大呼市场疲软 麦德龙的“顽固不化”说明了什么——没有最好的营销，只有最适合 为什么还不能赢销——陷入见树不见林的迷局 第2章 定位，撬动市场的有力支点 找到靶子再开枪——你要先找到竞争主战场在哪里 你还在奢望把你的产品卖给所有顾客吗——分众定位，击中对手忽略 你走路，我坐船，我的跟你不一样——差异化才能制造胜算 满足欲望而并非只是需求——解决顾客需求上限 天生我才必有用——每种产品都要给消费者提供购买的理由 潘长江和拿破仑都是矮子——踩着对手的肩膀，让巨人把你托起来 帮助顾客提升他们的需求——多C多漂亮使鲜橙多赚了大钱 第3章 改变游戏规则——建立市场新秩序 不要总是跟在老大的屁股后面跑，你才可能是明天的老大——改变游戏规则 小佳能为什么胜了大施乐——打破了对手地战略定式 创新是改变规则的原动力——宝洁一块象牙皂称霸一百年的奥秘 不要再跟着对手的价值链跑，应该有自己的的一套——娃哈哈高钙果C为什么成功 第4章 挖掘产品兴奋点——给消费者必须购买的理由 第5章 事件行销策略——一举惊动市场 第6章 针锋相对——广告攻击策略 第7章 市场渗透策略——促进市场收益持续提升 第8章 妙打软肋——小企业也能以小胜大 第9章 终端攻略，无孔不入 第10章 成功促销——近距离击中靶心 第11章 于无声处听惊雷——体验制胜秘诀 第12章 消费者对服务越来越感冒——服务提升，收买顾客心 第13章 其实消费者很小气——注重接触点，创造良好消费体验 附录1 宝洁品牌进军希望的田野——Road show项目亲历记 附录2 终端促销的五大怪现状

<<赢>>

章节摘录

插图

媒体关注与评论

书评《赢》一书并不是倡导胜者为王，败者为寇的宿命论，而是用生动、鲜活的案例与质朴通俗的语言剖析兵无常势，水无常形的赢销新思维，值得阶段性的赢家与败将阅读。

——奥克斯集团新闻发言人 黄江伟



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>