

<<21世纪新营销思维管理模式全书暴力经营>>

图书基本信息

书名：<<21世纪新营销思维管理模式全书暴力经营>>

13位ISBN编号：9787806485828

10位ISBN编号：7806485821

出版时间：2002-01-01

出版时间：延边人民出版社

作者：梁羽龙

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

"暴力"把营销一词重新定义,"暴力营销"绝非粗鲁浅薄的打斗和搏杀,而是营销的大思路、高智谋的最大化运用,谋求的是最大化营销效果;"暴力营销"是一种突如其来的爆发力,又是一种有备而来的冲击力,带有极强的市场掠夺性。

暴力营销一般要具有以下几个特征:

- 第一, 迅速建立起一个具有统一服务标准,同时又有活力的覆盖全国市场的销售组织;
- 第二, 在消费品领域

书籍目录

第一章21世纪营销

暴力营销；21世纪市场营销：21世纪营销创新焦点；新旧世纪营销的主要区别：市场细分的新标准与方法；21世纪品牌营销新创举；中国营销为什么；中国营销的热观、冷观和近观；适用国人的营销策略，21世纪的营销手段；21世纪中国营销管理"神秘画像"。

第二章 市场侵略，导人暴力营销
创新不必是天才，也不必是先

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>