

<<营销胜局启示录>>

图书基本信息

书名：<<营销胜局启示录>>

13位ISBN编号：9787806973189

10位ISBN编号：7806973184

出版时间：2005-1

出版时间：海天出版社

作者：张良

页数：250

字数：180000

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>

## <<营销胜局启示录>>

### 内容概要

商业竞争逐渐成为企业、人、不同创造力和知识世界的效率竞争。

“……我们有一些内在的东西，有对市场的强烈敏感性，并有很快的行动，此外还有很多的创新性思维。

这些是别人很难学也无法抄袭的。

” 没有什么更好的方法会比降价2分钱对消费者更有吸引力。

在同质化的市场中惟有传播能创造出差异化的品牌竞争优势，而有效的传播必需有一个双消费者欲求为出发点的“轴心”概念。

## <<营销胜局启示录>>

### 作者简介

张良，EMBA，经济师，营销与管理咨询师。  
12要素整合营销理论创始人。

毕业于对外经贸大学经济合作学院。  
1993年投身于营销与企事业管理，2001年成为专业咨询师与经济分析师。  
2001年~2002年间获EMBA学位。

1995年进行本土名牌企业品牌管理项目研究，1997-1998年

## <<营销胜局启示录>>

### 书籍目录

序言 市场竞争需要创造型经理1 系列产品保江山 嘉里粮油：品牌金字塔2 有限的资金怎么花？  
21金维他：软硬广告打天下3 从无店铺售卖到立体营销 安利：立体营销取天下4 连锁经营展渠道 奥康集团：持续创新追新高5 如何打造高端品牌？  
“芙蓉王”：王者之路6 攘外必先安内 长虹：华山论剑定大势7 掌控价值链 格兰仕：成本链包办全球8 整合好资源 优派：专注利润区9 选对池塘钓大鱼 采乐：无意苦争春 一任群芳妒10 老品牌能走多远？  
同仁堂：任重道远11 寡头龙虎斗 “名人”：掌上电脑重夺宝座12 营销需要好卖点 独特卖点主张十佳案例13 创新可以很简单 雅客V9：简单创新 鹤立鸡群14 模仿法则：前人栽树 后人乘凉 康师傅：模仿出个巨无霸15 超越消费者的期望 碧桂园：立足平民造神话16 政府（权力）公关扳倒山 柯达：政治手腕定江山17 借鸡生蛋 满婷：从经销到掌控价值链18 全身而退 史玉柱：做产品不做品牌19 抢占全球战略卡位 TCL全球扩张20 买的就是品牌 张裕：高贵品牌护卫者 后记：整合营销12要素细则

<<营销胜局启示录>>

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>