

<<小故事大营销>>

图书基本信息

书名：<<小故事大营销>>

13位ISBN编号：9787806976302

10位ISBN编号：7806976302

出版时间：2006-1

出版时间：海天出版社

作者：安东

页数：339

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>

<<小故事大营销>>

内容概要

营销是一条充满挑战与危险的路，第一个吃螃蟹的人未必就能真正尝到美味，甚至可能被刺得满嘴的血，可是他却为后人提供了一种品尝美味的方式。

后来的有心人，只要能够鉴往知来，未必不能尝到别人无法体验的美妙。而本书就是为你提供136种螃蟹的新鲜吃法，让你吃得美味，吃得开心，吃得拍案叫绝。

书籍目录

序：“芝麻开门”的136个路标第一章 品牌 路标1 只有先沽名，才能后钓利 路标2 为自己做嫁衣 路标3 别人的眼球更重要 路标4 历史是生命力的象征 路标5 高标准，精细化，零缺陷 路标6 好看的不好好用的第二章 定位 路标7 把自己定位为第一个 路标8 确立自己的核心竞争力 路标9 选准目标，主宰市场 路标10 好大喜功只能导致悲剧 路标11 合适的才是最好的 路标12 没有用不代表没有价值第三章 设计 路标13 名称是一笔无形资产 路标14 营销也要适合环境 路标15 名字也是一种品牌形象 路标16 点金术比金子更珍贵 路标17 美珠也要配上靓盒 路标18 包装决定畅销的程度 路标19 把包装作为营销策略第四章 价格 路标20 一分钱，一分货 路标21 定价策略决定利润多少 路标22 低价策略吓阻对手 路标23 用定价为对手布置一个圈套 路标24 陶朱公为什么下降价 路标25 稀缺是竞争力和利润的源泉 路标26 惜售也是一种营销策略第五章 调研第六章 预测第七章 选择第八章 拓展第九章 信誉第十章 沟通第十一章 传播第十二章 素养第十三章 口才第十四章 谈判第十五章 策划第十六章 竞争第十七章 合作第十八章 创新第十九章 顾客

<<小故事大营销>>

编辑推荐

风趣故事，别开生面；大师箴言，入木三分；另类思维，鞭辟入里；见招拆招，高人一筹。

136个意趣横生的营销话题； 136则意味深长的营销故事； 136个妙趣横生的营销点子；
136条突破想象的营销绝招； 136种成功营销的核心样板； 136种美味螃蟹的新鲜吃法。

· 想卖掉牛排，先要卖烤牛排的吱吱声。

——美国销售专家 韦勒 · 只有淡季的思想，没有淡季的市场。

——海尔集团 · 天下没有什么坏买卖，只有蹩脚的买卖人。

——美国著名企业家 哈默 · 财富近在咫尺，前提是你能打动客户的心。

——犹太谚语

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>