

<<低成本营销>>

图书基本信息

书名：<<低成本营销>>

13位ISBN编号：9787883066439

10位ISBN编号：7883066439

出版时间：1900-01-01

出版时间：北京电视艺

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>

<<低成本营销>>

内容概要

本课程直面中国企业当前的营销困境：1.营销成本总是居高不下，销量很大，利润低的可怜；2.对价格、促销依赖度很高，广告与促销一停销量马上下滑；3.营销队伍急剧膨胀，管理难度与费用倍增，苦不堪言；4.谁都知道差异化很重要，但就不知道怎么差异化；5.领先优势总是非常短暂，不知道如何建立持续竞争优势；6.决胜终端刚刚取得一点成效，竞争者马上跟进，只好无穷无尽地拼资源

<<低成本营销>>

书籍目录

- 1.通过品牌战略降低营销广告成本
- 2.战略与品牌的本质与内涵
- 3.品牌战略的本质、职责与工作内容
- 4.核心价值，品牌永远不变的灵魂
- 5.品牌立法——规划品牌核心价值与品牌识别系统
- 6.超低成本营销策略一：先营后销
- 7.超低成本营销策略二：使产品人性化
- 8.超低成本营销策略三：营造势能=产生崇拜
- 9.超低成本营销策略四：进入无竞争领域
- 10.超低成本营销策略五：找到竞争品牌软肋
- 11.超低成本营销策略六：在细分市场做成专家
- 12.超低成本营销策略七：犀利的差异化与区隔策略
- 13.超低成本营销策略八：战略制胜的核心
- 14.超低成本营销策略九：切准消费者的内心世界

<<低成本营销>>

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>