

<<营销制胜>>

图书基本信息

书名：<<营销制胜>>

13位ISBN编号：9787111155980

10位ISBN编号：711115598X

出版时间：2005-1

出版时间：机械工业出版社

作者：包晓闻等编

页数：331

字数：254000

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>

## <<营销制胜>>

### 内容概要

竞争席卷而来，企业突围在即。

外资全面进军国内市场，“洋品牌”铺天盖地席卷而来。

我国企业如何提升整体竞争力？

如何在微利经营时代发掘市场的潜力？

如何应对市场的瞬息万变？

如何培育知名品牌？

本书试图对当今国内多家知名外资企业的营销模式进行全面的总结，以期为我国企业尽快与国际接轨、增加国际竞争力提供“标杆”，在向他人学习的同时，在市场营销创新方面作出新的探索，丰富自己的管理经验。

改革开放以来，跨国企业纷纷来华投资，将国际上的一些先进和企业管理理念和营销策略带到了中国，并同我国的社会实际相结合，形成了各具特色的营销模式。

本书收集了国内20家知名外资企业的营销案例，内容丰富，不仅涉及了外资企业进入中国市场的方式、市场细分、市场定位、营销战略、产品策略、价格策略、促销策略、渠道策略等内容，还介绍了如关系营销、整合营销、服务营销、网络营销等全新的营销手段和模式。

这对我国的企业了解和学习外资企业的先进管理理念和科学管理策略，进一步适应国际市场竞争的挑战，从而提升企业的营销水平，必将受益匪浅。

本书无论是对于读者学习和掌握市场营销知识，还是处理企业营销事务，都具有一定的参考价值。

## <<营销制胜>>

### 书籍目录

前言走在中国数码时代的前面 ——三星（中国）的品牌营销模式 一、引导数码中国 二、打造品牌之“星” 1.“赢”在品牌 2.创意点亮生活 三、拓展品牌之“星” 1.体育宣传 2.渠道建设 3.“价值”策略 四、数字时代的布道者星月争辉的行销巨人 ——宝洁（中国）的创新营销模式 一、品牌创新之路 二、老品新貌，尽善尽美 1.常改常新 2.一品多牌 三、多种策略，推进营销 1.USP组合营销 2.本土化营销 3.关系营销 四、品牌是营销之首永远诱惑着人们.....让金龙鱼深入人心入乡随俗，融合共进外企在中国的最大赢家中国胶卷市场的霸主IBM就是服务全面出击的营销先锋并购控股，整合双赢养鱼以渔，筑巢中国无法效仿的低价直销共生与共享的营销策略全球标准和本土化有机结合多元化品牌的本地化营销中国营销神话的创造者培育消费主体的营销策略市场没有迟到者以科技创新的商机适应中国国情的营销变革

<<营销制胜>>

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>