

<<全局>>

图书基本信息

书名：<<全局>>

13位ISBN编号：9787111202516

10位ISBN编号：7111202511

出版时间：2007-1

出版时间：机械工业

作者：张丹

页数：265

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

你热爱市场营销工作吗？
你想成为最好的市场人吗？
你了解令你成为最好市场人所必备的全局视野吗？
你想知道如何成就全局市场观吗？
那就快来阅读这本书吧！

本书别辟蹊径，从拥有全局视野的角度出发，对如何做最好的市场人进行了深入细致的阐述。

本书将全面帮助读者从传统的市场营销思维方式中解放出来，锻炼并拥有全局视野。

这与许多同类书籍更多地着眼具体某个领域的研究相比，可谓独树一帜。

市场营销是一项复杂的系统工程。

它不仅需要市场人有缜密的逻辑思维、开放式的创造思维，更需要具备全局视野。

正是基于此，本书提出了“市场营销全局风车模型”，应该说，这个模型是简明的市场人系统思维模式，是对市场营销工作最精准的全局总结，它不仅形象而准确地勾画出市场营销工作的整体轮廓，更为市场人提供了快速实践入门的方法。

相信读完本书，除了那份满足和快乐的阅读体验，读者还能收获到一份从未有过的自信和开阔的市场营销全局视野。

拥有全局视野，实现品牌的“内外合一”，做最好的市场人。

这正是本书要传递给读者的宝贵经验。

作者简介

李欣，毕业于上海复旦大学，曾在宝洁公司任职，现就职于联合利华。有着多年的品牌管理和市场营销及客户管理经验，专长于品牌整体运作、购物者营销及市场营销战略与推广。

在销售方面，尤其在分销商管理、大客户管理等方面有着骄人的业绩和独特视角。

曾领导团队服务于北京华联集团、TESCO（英国）等知名客户，深受客户好评和推崇。

顾贝妮，毕业于东华大学，长期致力于营销传播领域的实践与研究，擅长于品牌传播与管理。现从业于国内知名管理咨询公司AMT-企业资源管理研究中心，承担品牌管理工作；主编AMT《前沿论丛》高端管理杂志近40期，广受读者好评；同时担任国家信息中心主办的《管理学家》杂志编辑委员会编委。

书籍目录

序前言第1章 重新审视市场营销本章提要营销启示 市场营销就是整个企业1.1 举足轻重的市场营销工作
营销启示 氨基酸组合效应1.2 系统工程，一就是一切营销启示 艾奇布恩定理1.3 市场营销工作现状营销
启示 最好的回答1.4 市场营销工作的困境与失败营销启示 米格 - 25效应1.5 做最好的市场人要具备全局
视野第2章 全景评估，行动的第一步本章提要营销启示 石油的命运2.1 无法脱离的社会整体环境营销启
示 豪宅的新主人2.2 消费者研究营销启示 我们在与谁争2.3 市场竞争者分析营销启示 猪、羊、牛的故事
2.4 客户与我们：利益攸关营销启示 梭鱼学手艺2.5 企业自身评估回顾，我们是否已做到第3章 目标
顾客第4章 品牌诉求第5章 品牌体验第6章 生意目标及沟通策略第7章 你准备好了吗后记

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>