

图书基本信息

书名：<<段位-(第一卷)-让品牌在战争中崛起>>

13位ISBN编号：9787111223894

10位ISBN编号：7111223896

出版时间：2007-10

出版时间：机械工业出版社

作者：肖志营

页数：207

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

段位营销的核心，是以竞争品牌为参考，在行业生态的不同阶段迅速抢占消费者心智的一种独特的营销手段。

段位的目标是必须在心智上做到第一，超越竞争者，并通过多种手段组合，迅速突破，达成目标。

段位思想的产生，给我们提供了一个全新的思考模式。

一些疑难营销现象，解不开的营销谜团，通过段位营销的观点，用“九段段位”要素来衡量，就会变得清晰明了起来。

简洁、有效、深入浅出，是本书的一大特色，虽然是讲新的营销观点，本书也力图把复杂的事简单化。

这就像电脑的操作系统，后台很复杂，但用起来很简单。

与传统相反，作者没有把“后台”拿出来吓人，而是把“前台”拿来，以供实战之用。

作者简介

肖志营，著名营销实战专家。

曾任宝洁公司农村项目拓展“ROADSHCW”总策划，汇源集团高管、品牌总监。

是中国为数不多的“中外合资”营销实战派代表之一。

曾服务于跨国公司，亲历了中国大部分省市近万个乡镇的实战考验。

总结出了一套适合中国国情并迅速起效的营销模式，是中国“段位”营销理论的提出者、创始人。

以执行策划“宝洁大路演”（执行三年），“名人挑战商务通”（金鼎奖），“汇源果汁”（金凤凰营销奖）等案例而闻名。

现任广州甲方乙方营销策划有限公司总经理，并担任中国企业家大学特聘教授。

营销界最高荣誉“金鼎奖”、“金凤凰营销奖”获得者。

在专业媒体如《销售与市场》、《中国经营报》等发表专业论文近百篇。

著有营销专著《策划凶猛》、《品牌突围》、《营销大策划》等。

为数十家知名品牌进行过整合营销传播及服务。

成功服务过的企业和品牌有：汇源果汁、名人掌上电脑、飘柔洗发水、潘婷洗发水、舒肤佳香皂、汰渍洗衣粉、佳洁士牙膏、玉兰油、科龙空调、兴达集团、联想集团、健力宝集团、新龙集团、兴业银行、大凌实业、益生园实业等。

书籍目录

丛书序 段位，颠覆定位，组合制胜上篇 没有蓝海第1章 让人惊惧的营销现象第2章 没有蓝海中篇 段位战略第3章 可怕的行业生态链第4章 段位，心智第一法则第5章 说明段第6章 企业段第7章 行业段第8章 产品段第9章 生产段第10章 价格段第11章 技术段第12章 文化段第13章 价值段第14章 心智动力第15章 段位组合战略下篇 段位战术第16章 打破平衡，抢占心智第17章 归类战第18章 攻防战第19章 边界进攻法则第20章 传播战第21章 分割战第22章 形象战第23章 包装战第24章 促销战第25章 广告战第26章 终端战

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>