

<<世界10位营销大师经典讲义>>

图书基本信息

书名：<<世界10位营销大师经典讲义>>

13位ISBN编号：9787200057904

10位ISBN编号：7200057908

出版时间：2005-1

出版时间：北京电子音像出版社

作者：吴姝,陈大为

页数：213

字数：216000

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>

## <<世界10位营销大师经典讲义>>

### 内容概要

浓缩10位营销大师经典理论 米尔顿·科特勒：全球顶尖营销顾问公司科特勒营销集团总裁、美中商务委员会主席，其经典著作《营销管理》已经成为职业经理人案头必备之“圣经”。

金克拉：国际知名的演说家、作家及全美公认销售天王暨最会激励人心的大师，其著作《与你在巅峰相会》已成为无数公司、学校、教会、销售组织的教科书。

乔·吉拉德：因售出13000多辆汽车创造了商品销售最高纪录，而被载入《吉尼斯世界纪录大全》，被誉为20世纪美国最成功的营销学大师。

原一平：美国百万圆桌协会会员，设立全日本寿险营销员协会，并担任会长。

因对日本寿险的卓越贡献，原一平荣获日本政府最高殊荣奖。

汤姆·霍普金斯：被誉为“世界上第一位营销培训师”，他是全世界单年内销售房屋最多的人，平均每天卖出一幢房子，被列为“销售冠军的缔造者”。

约翰·菲利普琼斯：毕业于剑桥大学经济系，曾为联合利华、吉列、雀巢、百事可乐等跨国公司进行品牌服务。

曾被美国广告联合会评为年度杰出的广告教育者。

田中道信：日本最富盛名的营销专家之一，他依靠开发自己的创造性，先谋后动，拓展了产品的销路，因而又被称为日本的“销售鬼才”。

巴巴拉·本德·杰克逊：“关系营销”的积极倡导者，关系营销培训师，强调的是营销活动中人的关系，即营销的人文性。

卡利·菲奥里纳：1998年7月出任美国惠普公司CEO，其年薪回报近1亿美元。

曾三次入选美国50强女CEO，并荣登榜首。

曾做过朗讯的超级女推销员，1996年又主持朗讯公司的股票上市。

唐·舒尔茨：西北大学商学院的整合营销传播教授，爱格瓦咨询公司总裁。

美国国家广告研究基金会整合营销传播委员会的联合主席，被推选为第一个“年度直接营销教育家”。

本书虽然不能将所有的营销理论全部囊括，但也试图从中选择适合于当今企业有效营销的适宜方法、理论，以与读者共同分享、借鉴。

<<世界10位营销大师经典讲义>>

书籍目录

序第一讲 米尔顿·科特勒——10P营销法 一 “10P营销法”你听过吗？

二 “顾客时刻反馈”与“时刻改进产品” 三 明智之举是寻找不满的顾客 四 你想成为成功营销人员吗？

五 塑造产品市场的“三足鼎立” 六 营销定价策略 七 营销实战篇 八 品牌营销的新思维第二讲 多克拉——组织行销学 一 组织行销学的精髓 二 把目标钉在钢板上，方法写在沙滩上 三 营销的真谛在营销之外 四 事业还是职业？

五 营销箴言第三讲 乔·吉拉德——智慧营销 一 我的“250定律”：不得罪一个顾客 二 漫天飞舞的名片：向每一个人营销 三 建立顾客档案的功能 四 我的猎犬计划 五 推销产品的味道 六 诚实，绝对要诚实 七 每月一卡的神奇功效 八 给每位销售员的销售忠告 九 收入增加20%的销售思考 十 售后服务

第四讲 原一平——人性化营销 一 生活中的有心人 二 成功营销者的交流技巧 三 投其所好，顺其自然 四 花钱调查自己的缺点 五 理直气“和”的营销技巧 六 取得家人的“营销理解” 七 周末失踪之谜 八 营销感悟

第五讲 汤姆·霍普金斯——理性营销 一 无往不胜的营销技巧——平衡表结束法 二 营销人员的成功要素 三 营销者必须具备的素质 四 小案例中的大道理 五 你想提升销售业绩吗？

六 顾客的心思你要猜 七 发现客户的需要 八 顾客需求利益分析第六讲 菲利普·琼斯——品牌营销 一 营销品牌的界定 二 让我们更深层次了解品牌——品牌的特征 三 品牌的营销内涵 四 品牌定位 五 品牌命名及品牌标志设计 六 品牌战略决策

第七讲 田中道信——实践营销第八讲 杰克逊——关系营销第九讲 卡利·菲奥里纳——网络营销第十讲 舒尔茨——整合营销

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>