

<<22条商规>>

图书基本信息

<<22条商规>>

内容概要

《22条商规》力求消除市场营销过程的神秘和误区，并总结市场基本原理和问题归纳为影响与决定市场营销成功和失败的22条法则，全方位致力于市场营销过程的真正目标。

<<22条商规>>

作者简介

阿尔·里斯是美国营销大师，目前是里斯和里斯（Ries&Ries）咨询公司的主席，该公司主要业务是为众多知名企业提供战略选择服务。

阿尔·里斯于1950年毕业于Depauw大学，之后，他进入通用电气公司纽约分公司的广告与销售部门工作。

1955年，他加盟了Needham, Louis&Brorby公司，作为Worthington 和Peugeot公司的销售代表。

1961年，他加盟Marsteller公司担任客户主管。

1963年，他在纽约成立了自己的第一家广告代理公司：Ries Cappiello Colwell公司。

<<22条商规>>

书籍目录

导读 运用之妙 存乎一心专文 永恒不变的市场法则前言1．领先法则2．类别法则3．观念法则4．认知法则5．聚焦法则6．专有法则7．阶梯法则8．二元法则9．对立法则10．细分法则11．长效法则12．延伸法则13．牺牲法则14．属性法则15．坦诚法则16．独特法则17．不可测法则18．成功法则19．失败法则20．炒作法则21．加速法则22．资源法则忠告

<<22条商规>>

媒体关注与评论

成功进行市场营销的第一条法则是认真阅读和理解这本书。其简明的法则在现实世界里相当有用。它是从市场营销实践中提取的精髓.....无论对于有志于该领域的初学者还是有丰富经验的专家，本书都是一本‘必读’之书。

<<22条商规>>

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>