<<86%市场战略>>

图书基本信息

书名: <<86%市场战略>>

13位ISBN编号: 9787300078496

10位ISBN编号: 7300078494

出版时间:2007-3

出版时间:中国人民大学出版社

作者:马哈詹,邦高

页数:230

译者:金永红

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

<<86%市场战略>>

内容概要

发达国家的人口仅占世界人口的工4%,这些国家的市场已经饱和,竞争异常激烈。

然而,大多数公司仍固守传统市场法则,在"红海"中血拼。

占世界人口86%的发展中国家则蕴藏着大量的潜在机会。

这些国家的年人均国民生产总值虽不足工万美元,但累积起来却是一个十分巨大的市场。

一些有远见的公司,如宝洁、联合利华、可口可乐等,早就开始针对86咒市场制定和实施战略,并取得了显著的业绩。

通用电气公司更是明确表示,在未来10年内,其增长的60%将来自发展中国家。

开拓86%市场需要全新的思维和战略战术。

本书基于众多跨国公司的实践而得出的全面解决方案,无论对于国际化公司,还是在本国市场上与跨国公司竞争的中国公司来说,都是一份十分宝贵的财富。

<<86%市场战略>>

作者简介

维贾伊·马哈詹,印度商学院前院长;曾获得过多项终身成就奖,包括美国市场营销协会颁发的奖项;2002年,美国市场营销协会还专门设立了"维贾伊·马哈詹奖",以奖励那些对市场战略研究做出贡献的人;著有9本书;是全球商业和经济研究领域中被引证最多的学者之一;担任多家《财富》500强公司的顾问;在全球许多地方讲授高级经理人课程。

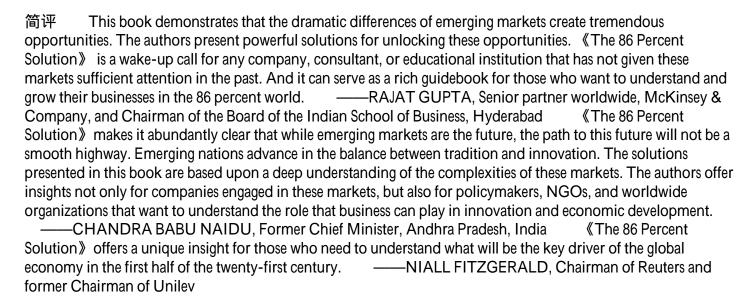
<<86%市场战略>>

书籍目录

第1章 充满机会的新大陆 86%的机会 不同层次上的机会 新兴市场的特点及其创造的机会 找出解决方案第2章 当需要牛车时,不要生产汽车 为6码的纱丽进行设计 回到基本问题 好好驾驶牛车第3章 关注回跳经济 回跳经济 瞄准目标 更好地利用回跳经济第4章 将品牌与市场联系起来 货摊经济 品牌意识 本地品牌控制战略 发展中的品牌第5章 关注年轻一代 青年潮 针对年轻人市场的战略 年轻人引发增长第6章 从小处着眼以求壮大 逆向定价 小家庭 从小处着眼的战略 小奇迹第7章 为自己构建基础设施 两个市场的传说 制度和金融基础设施 发现基础设施中的机会 重复的基础设施第8章 寻求跳跃式发展 跳跃式发展战略 超越活用技术第9章 将市场送到人们面前 复杂的分销 将市场送到人们面前的战略 在远离网络处寻找机会第10章 与市场共同发展结论:一个不容错过的机会

<<86%市场战略>>

媒体关注与评论



<<86%市场战略>>

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