

<<品牌目标市场管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌目标市场管理>>

13位ISBN编号：9787302124702

10位ISBN编号：7302124701

出版时间：2006-4

出版时间：第1版 (2006年4月1日)

作者：年小山

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>

<<品牌目标市场管理>>

内容概要

针对当前企业界普遍存在的目标市场定位不准、目标消费群界定不清、产品缺乏个性色彩、企业与产品竞争力匮乏等问题，本书给出了相应的解决方案。

本书通过对市场细分指标分析、市场竞争环境分析、目标市场选择方法等一系列影响企业品牌建设的关键环节进行分析和解构，使企业在发掘、创造品牌个性的同时能够顺利、准确地进入属于自己的市场空间，拓展独具特色的品牌生存、发展之路。

本书通过大量的细分指标分析和案例证明的方式，不仅使读者明理，同时能够直接引导企业科学地制定品牌化的目标市场管理方法和制度，进行品牌建设。

本书适合企业界、咨询业界、广告界、政府决策部门、广大高等院校师生以及各类企业管理阶层、各级各类创业者阅读学习。

<<品牌目标市场管理>>

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>