

<<借力共赢>>

图书基本信息

书名：<<借力共赢>>

13位ISBN编号：9787305055430

10位ISBN编号：7305055433

出版时间：2008-10

出版时间：南京大学出版社

作者：张继明

页数：250

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>

## <<借力共赢>>

### 内容概要

整合资源、创造价值，是目前企业界、营销界普遍认同的价值观，“借力”“共享”“共赢”也是很多企业老总经常挂在嘴边的顺口溜。

“借力共赢”是企业整合资源的另一种诠释，资本与市场是企业发展的原动力！

## <<借力共赢>>

### 作者简介

张继明，改革开放30年中国策划标志人物，中国十大营销策划专家，著名实战派营销专家，桑迪营销咨询机构首席咨询官，品牌6力营销实战理论创始人，发表论文150万字以上，著有《谋定市场》、《智揽天下》、《营销无规则，执行有标准》、《透视》、《借力共赢》等五本营销专著，倡导"不做无销售力的策划"的行销理念，连续五年被业内评为最富有销售力的实战派营销专家！

服务品牌有脑白金、古汉养生精、可采眼贴膜、伊人净、滇虹药业、四环药业、东药集团、整肠生、广药潘高寿、神威药业、欧诗漫集团、南京同仁堂、利君制药等。

## &lt;&lt;借力共赢&gt;&gt;

## 书籍目录

序 上卷：“6力营销”在中国 品牌营销6力方程式定律 医药市场走进“6力营销”时代 “6力营销”进行时 六招打造品牌营销差异化 “6力营销”宝典 终端营销策略实操 品牌营销的十大成功法则 下卷：“6力营销”实战明星品牌盘点 东药集团：“珍珠行动”创新品牌 神威药业：现代科技不是让药品卖得更贵 潘高寿：“野狼行动”之“6力营销法则” 南京同仁堂“老牌”营销突围 奇康维药：七剑下天山，民族药变局 脑白金：礼品概念打破营销规则 整肠生“磨剑”肠药市场 古汉养生精，代代传真情 康王骨痛灵酊借力四分天下 泰尔制药保元津的三大营销启示 金路捷从概念到品牌突围 昂立心邦：整体养护心脑血管 “汉方养眼法”演绎可采传奇 伊人净：清新是一种性感 美加氧贴膜，“氧活”你的脸 椰岛鹿龟酒，父亲的补酒 欧诗漫：珍珠美容借力江南元素 中西合璧，上药借力创新做品牌——上药集团OTC品牌 6力营销透视 蓝天茶“整合信阳毛尖路线图” 附录：“6力营销”沙龙 “6力营销”解读楚汉风云 以品牌的力量对接连锁终端 把脉医药经济走势——中国医药经济高端论坛 百家争鸣，共话企业融投资——首届中国医药行业融投资 高端论坛侧记跋

<<借力共赢>>

编辑推荐

走进品牌6力营销新时代：提升产品力，强化决策力；精准企划力，完善执行力，彰显创新力，打造品牌力，借力外脑共赢，实现品牌腾飞。

<<借力共赢>>

#### 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>