

<<市场之痒>>

图书基本信息

书名：<<市场之痒>>

13位ISBN编号：9787310028061

10位ISBN编号：7310028066

出版时间：2007-11

出版时间：天津南开大学

作者：王革非

页数：188

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>

<<市场之痒>>

内容概要

中国企业观察丛书共六本，即《迷失与崛起——新视角下的中国企业》、《战略之巅——分析、规划与执行》、《变革之舞——本土化视角》、《管理之痛——人力资本最大化》、《市场之痒——不断的价值链》以及《文化之照——寻找企业灵魂》。

虽然这六《市场之痒：不断的价值链》的内容各有侧重，但思想性是每《市场之痒：不断的价值链》的共同追求。

中国今日之商界是一个快速变化的世界，这种变化不仅仅体现在管理实践，也在一定程度上体现于管理理论与思想之中。

感谢众多的企业为此提供的支持，它们的企业本色与奋进之勇气提供给我们可以放飞思想的舞台，使我们得以有了宝贵的机会来了解本土企业的实际问题，学习它们的成功经验，了解它们的曲折与艰辛，从而实践自己的设想。

本套丛书对诸多企业经营中的成功与曲折做了细致观察，书中所提出的问题或表达的观点未必都准确无误，但其中的确注入了一定水准的理性与自觉，却绝无贬谥之意，而是从中感受启发性因素，使读者得到教益。

<<市场之痒>>

作者简介

王革非，男，曾留学英国利物浦商学院获MBA学位，同时拥有文学硕士MA学位。王革非是中国人民大学新千年营销论坛主讲嘉宾、清华大学中国职业校长培训班主讲人、北京服装企业总裁培训班主讲人。王革非关注于外资企业中国市场调查与本土企业的问题研究，他的“欧洲MBA中国三部曲”的第一部《欧洲MBA浓缩读本，我的MBA学习笔记》由清华大学出版社2001年出版，第二部《一个欧洲MBA的中国商务之旅》由华夏出版社于2005年出版，第三部《迷失与崛起——新视角下的中国企业》由南开大学出版社2007年推出。本书是继《迷失与崛起——新视角下的中国企业》之后的另一部从战略视角审视本土企业的实操专著。

<<市场之痒>>

书籍目录

总序前言第一章 关注于消费者的需求变化1. 引导消费者需求2. 价格与价格以外的因素3. 得顾客者, 得市场第二章 市场推手1. 破局, 细分出市场2. 差异化推进3. 市场推进中的诱惑因子4. 市场推进中的柔性思维5. 策略与攻防6. 延伸: 市场营销应以保持企业本色为主体第三章 市场调研与机遇把握1. 从更为客观的视角审视市场调研2. 市场调研中的亲历亲为3. 市场机遇与大赌之心4. 理解营销之手段第四章 市场营销中的战略视角1. 定位需要一种执着2. 从战略视角审视市场3. 锋利之剑与战略因素4. 钢性与柔性之间, 企业营销突围中的决策思维第五章 激发品牌的力量1. 塑造一个强大的品牌2. 品牌提升3. 品牌利剑与营销推广4. 品牌塑造中的企业远见第六章 营销与细节1. 营销中的变与不变2. 选址3. 渠道3. 1渠道环节可多视角把握3. 2应对后入企业的渠道进行掌控4. 经销商5. 特许6. 培训7. 审视竞争余言营销与咨询融合, 向高绩效挺进1. 识别真正的营销“问题”2. 对咨询人来说, “技能”应是一个宽泛的概念3. 沟通是咨询成功与否的关键4. 开好咨询人与客户之间的“质询会”, 这是高绩效营销咨询的一个关键性成功要素(Key Success Factors)5. 双赢为上附录 欧林(Europe Linkage)中国团队·企业培训课程

<<市场之痒>>

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>