

<<企业最优市场定位>>

图书基本信息

书名：<<企业最优市场定位>>

13位ISBN编号：9787501754496

10位ISBN编号：7501754497

出版时间：1996-12

出版时间：中国经济出版社

作者：吴岩

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>

<<企业最优市场定位>>

内容概要

事事必定位，时时须定位。

本套书给你一个全新的思路和务实的行动框架，更重要的是，它也许会丰富你的“知识结构”，让你用更前瞻、更宽广的视角去审视“定位”的问题。

定位具有战略高度，在定位时，必须高标虑远，具有清晰的脉络和广阔的思维空间。

但在这套丛书里，你还会发现实用的定位技术和战术，希望这些智慧的火把能点燃你广衰的创意空间。

思考定位，研究定位，强化定位，已经成为中国企业界的自觉意识和重中之重。在

<<企业最优市场定位>>

书籍目录

- 第一章 定位：找到消费区间和竞争区间
- 第二章 细分市场：定位的起点
- 第三章 打造竞争性的卖点
- 第四章 定位的DNA：品牌识别
- 第五章 产品组合的动态优化定位
- 第六章 口碑延伸：定位的疆界
- 第七章 品牌组合的动态优化定位
- 第八章 定位的生涯管理

<<企业最优市场定位>>

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>