

<<经典营销>>

图书基本信息

书名：<<经典营销>>

13位ISBN编号：9787502826802

10位ISBN编号：7502826807

出版时间：2005-6

出版时间：地震出版社

作者：林楠

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>

<<经典营销>>

内容概要

“酒香不怕巷子深”，在市场经济高度发达的现代社会，恐怕没有一个公司、企业、生意人会再信奉此道。

形形色色的商业炒作，各式各样的营销手法层出不穷；营销，再也不是简单的卖东西了。

尽管有许多人将营销挂在嘴边，但是真正明白营销的含义的人并没有多少，甚至连那些营销工作人员对营销的具体概念也是一知半解，尽管有些经典的营销理论被广大的营销人员自觉或不自觉地运用着。

编者在长期接触营销的过程中，深深感受到很多中国企业及营销人员还处在那种古老的、落后的、游击队式的销售理念中，他们迫切需要学习专业化、系统化的营销，需要了解营销系统整体。如何结合中国企业的营销难题，提高企业的专业化营销水平，避免企业在营销中走弯路，是编著此书的主要目的。

本书前两篇主要介绍经典的营销理论，分析了营销概念、营销观念、营销管理、营销原则、营销趋势、营销思想及营销策略。

第三篇，则精选了20例精彩的营销案例，将它们高度概括，再施以文字描写上的重彩，力求给广大的营销人员提供简洁实用的有用知识，使他们在这一领域如鱼得水。

同样的产品，不同的营销策略，最后的结果可能有天壤之别。
说营销关系着企业的生死存亡应该毫不夸张，让我们所有的营销人做得更好！

<<经典营销>>

书籍目录

第一篇 新解营销

1 掀起营销的盖头来

2 “为产品寻找用户”还是“为用户寻找产品”

3 一个和尚没水喝，三个和尚有水喝 三角形营销管理

4 4P与4C的对决

5 顾客永远是对的吗

6 影响中国企业的十大营销传播概念

7 中国营销创新10大趋势

.....

第二篇 营销策略

.....

第三篇 经典营销案例

.....

第四篇 营销悟语

.....

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>