

<<经典营销故事全集>>

图书基本信息

书名：<<经典营销故事全集>>

13位ISBN编号：9787502827342

10位ISBN编号：750282734X

出版时间：2005-10

出版时间：地震出版社

作者：广通

页数：302

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>

<<经典营销故事全集>>

内容概要

本书首次针对营销理论的各个五一节，以讲故事的方式进行全方位诠释，以展示最原始的营销创意、挖掘最本质的营销话题、引爆最敏感的营销神经、讲述最动人的营销故事为宗旨，将读者群锁定营销主管以及在营销市场上打拼的各阶层业务人员。

书中400多个经典的营销故事，分别从营销市场、营销管理、营销技巧、营销广告营销品牌和营销服务等方面展开论述。

每个故事浓缩一个营销精华，它们像一把把利剑，助你驰骋商场，使你的营销技巧在不知不觉中得到提升，让你不再因为库存的积压而愁眉苦脸，不再因为同行的排挤而萎靡不振，使你在身临其境的感觉中领略营销精髓，升华营销理论，掌握营销方法，从而在瞬息万变的经济潮流中，游刃有余地驾驶企业的诺亚方舟。

<<经典营销故事全集>>

书籍目录

第一集 经典营销市场故事第1辑 消费者需求和市场细分1. 人的欲望是无限商机2. 相机而动者必成赢家3. 洞察先机4. 条条小道通罗马5. 乘虚而入的日本钟表商6. 大众会抢什么7. 铁杆与钥匙8. 抓住富豪共性的必坚商店9. 森林之王的苦恼10. 老鼠过街11. 上帝赏赐的翅膀12. 百万年薪的身价13. 爱情虾大卖14. 聪明的工作15. 卖果箱16. 智者赚明天17. 流水声音卖高价18. 刀片发明的原因19. 淘金的故事20. 杂乱无章的商品21. 广场的画22. 关于“热狗”的故事23. 顺其自然的人行道24. 蒙牛的市场开拓经25. “雾里看花”的镜子26. 饭店园中的蔬菜27. 一条街上的三个水果店28. 价如黄金的水29. 先有鸡还是先有蛋30. 小吃一条街31 “蛋卷冰淇淋”诞生记32. 皮里尔的卖点33. 妙用色彩打破局面34. “丰田”进军美国市场35. 抛出小玩意, 引来大财富36. 祝福苹果热卖中37. 猫咪草窝变宝库38. 一元钱存款39. 加一个还是加两个鸡蛋40. 印在蛋糕上的影像41. 好奇是人类的天性42. 一切源自一个创意43. 传统小吃送入百姓家44. 博取众家之长永立不败之地45. 找到真空地带46. 洋娃娃的“变脸”47. 视顾客需求为第一位的任天堂48. 迪斯尼乐园的诞生49. 娃哈哈的诞生50. 江崎公司巧挤善夺51. 情侣苹果52. 1/3效应53. 日伊百货公司营销策略54. 通用汽车公司的市场细分55. “动感地带”市场细分, 圈住消费新生代56. 奇瑞明确市场细分, 锁定时尚男女57. 妙士乳业: 市场细分的胜者58. 一次细分市场的胜利59. 分开销售的经营方式第2辑 市场营销环境和目标市场60. 陷阱61. 将目标量化62. 田鼠和家鼠63. 你是胡萝卜、鸡蛋、还是咖啡豆64. 愚公移山65. 抢占先机66. 怎样给猎狗分骨头67. 只选一把椅子68. 要不断地适应变化69. 目标永远是下一个70. 鹰扔核桃71. 森林里的变色蜥蜴72. 花果山的猴子73. 猫头鹰迁居74. 牛屎运75. 可口可乐与百事可乐的较量76. 陌生蕴含商机77. 驴背上的盐和棉花78. 三个旅行者79. 金子与大蒜80. 铁匠的错误81. 糊涂的效仿82. 斩断拇指的国王83. 看准了就出手84. 得意的猴子85. 石场商人86. 秀才找马87. 肯德基用数字说话88. 狩猎与骆驼89. 柯达西进第3辑 产品定位和市场开拓90. 豆芽菜产生的奇迹91. 三丛灌木92. 热推高档系列产品93. 突破专利与研发实力薄弱的技术天花板94. 海尔王子007的热卖95. 善良的柿农96. 爱斯基摩人的电话号码97. 头发的妙用98. 调出的美酒99. 一加一大于二100. 一个“菜佬”的童话101. 路的旁边也是路102. 逆向思维103. 从别人的失误中获取财遇104. 素质创造财富105. 奥特朗产品106. 学捉老鼠的梭鱼107. 出卖“落后”的日本人108. 香木与沉香109. 集中与分散110. 败阵而还的派克111. 浪潮专用游戏服务器. 112. 美寿多公司由“小”得大113. 去和尚庙推销梳子114. 吉列剃须刀的自我进攻115. 口香糖销售杰作116. 狮子、熊和狐狸117. 商贩兄弟俩118. 一个人踩出来的新市场119. 产品创意拓展市场空间120. 营销经理的市场开拓经第二集 经典营销管理故事第1辑 营销计划和组织第2辑 营销执行和控制第三集 经典营销技巧故事第1辑 营销组合技巧第2辑 沟通技巧与情感投入第3辑 超级思维与勇于创新第四集 经典营销广告故事第1辑 广告策划和创意第2辑 广告定位与收益第五集 经典营销品牌故事第1辑 品牌定位与形象塑造第2辑 品牌市场拓展与升华第六集 经典营销服务故事第1辑 爱心与差异性服务第2辑 诚信与多样性服务

<<经典营销故事全集>>

章节摘录

在当前迅速全球化的市场上，品牌和渠道的数量快速增长，即使最有经验的营销人员也会感到无所适从。

为了不断满足客户多元化、个性化的需求，同时有效利用自身的资源，就需要对客户进行市场细分，发现、把握、引导市场需求，有效地开发出适应消费者需求的产品。

1. 人的欲望是无限商机 美国明尼苏达州一家旅馆开辟了一幢“梦幻客房”。这些风格独特的客房，都是依照人们的各种古怪欲望所设计的。有的像爱斯基摩人的小冰屋，有的像埃及的金字塔，有的是林中小屋，有的恍如古罗马帝王寝宫，一间被称做“虎口余生”的客房，犹如鲸鱼的大嘴，床则是一条正漂浮着的小船。这些梦幻客房的房租一天高达110~200美元，可是好奇的人们仍然是络绎不绝。

英国“身体用品商店”在英国和美国共有140多家分店。这家总店的老板罗德尼克就是靠土著民族的草药护肤配方发的家。她说：人们已经有些厌倦合成化妆品了，也已经对天然原料配制的化妆品表示出强烈的购买欲望，抓住这个欲望就是抓住了财源。

刚开始的时候，她租了一间陋屋，将自己按方配制的15种草药化妆品分装在一个个大瓶子里，然后按价格分装出售。

没有人计较她的店面简陋，也没有人在乎她的包装不好。

在美国经济大萧条时期，罗达也加入了4000万失业者的队伍。

和大家一样，他也朝思暮想盼着发财致富。

但是，干什么呢？到处都是失业者，什么也不好干。

于是，他就涂涂抹抹，发明了一种“大富翁游戏卡”。

赢者可以品尝买房置地的快乐，输了就一笑了之，给人以慰藉。

由于“大富翁游戏卡”极大地满足了人们发财致富的精神欲望，所以很快畅销全世界。

(P3)

<<经典营销故事全集>>

编辑推荐

迄今惟一一本送给营销人员的经典营销故事全集。

本书所具有的4大特色： 1、最经典--顶尖营销人员口耳相传的培训故事。

2、最实用--深入剖析培训人员的营销理念。

3、最全面--囊括古今中外有关营销市场、营销管理、营销技巧、营销广告、营销品牌和营销服务的400多个故事。

4、最鲜活--篇篇精彩，字字珠玑，充分激发你的阅读快感。

<<经典营销故事全集>>

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>