

<<营销运作潜规则>>

图书基本信息

书名：<<营销运作潜规则>>

13位ISBN编号：9787504447401

10位ISBN编号：7504447404

出版时间：2002-12-01

出版时间：中国商业出版社

作者：路长全

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>

<<营销运作潜规则>>

内容概要

本书提炼了作者多年从事营销管理的实战经验，书中凝聚着作者对西方管理体系的深入思考和对中国市场、人文的深刻剖析，据此总结出一套行之有效的营销运作规则，精辟地阐述了营销运作和企业管理的思想。

<<营销运作潜规则>>

作者简介

路长全：1966年11月生，创世双嘉营销管理咨询公司董事长。

<<营销运作潜规则>>

书籍目录

“支点”规则——有了“支点”才能撬动市场 “势能”规则——打造营销势能，才能形成物流动能
“扣子”规则——第一颗“扣子”错了就全错 究竟谁是我们的客户？
——思考一些最简单的问题 你的产品是什么？
——再问一个简单问题 “穴位”规则——渠道的“穴位”在哪？
渠道“点穴”——“支点”与“杠杆”如何配合？
营销整合的“拳头”规则——一个指头都少不得 “战斗机”规则——组装冲击市场的战斗机 “50
50”法则——操作和方案同等重要 打造“员工势能”——员工势能是营销势能的源头 打造“客户
势能”——利用客户会产生强化效应 打造“广告势能”——产生半被动消费局面 打造“渠道势能”
——制造物流“泡沫” 管理到二批商运作模式——经销商配送化变革 “名称定位”规则——用名称
创造类别竞争力 “门当户对”规则——要今天还是要未来 挥霹雳之手——使菩萨心肠 “连环”规则
——建立实用的报告制度 “知彼知己”规则——知彼方能知己 “三识”规则——跳楼与选才 等等

<<营销运作潜规则>>

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>