

图书基本信息

书名：<<哈姆雷特的行销疑问--可供借鉴的广告行销实例>>

13位ISBN编号：9787505714717

10位ISBN编号：7505714716

出版时间：1998-07

出版时间：中国友谊出版公司

作者：林呈绿

页数：225

字数：137000

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>

内容概要

行销是以顾客为导向，顾客即是人，人与人之间是如此不同，却又有那么多共同点；人是如此喜新，上了年纪又渐渐念旧。
消费者时时在变动，业者必须以特色来突出不同，引起回响，有时时势造英雄，有时英雄造时势，而成为所谓消费者趋势或是流行。
个人深以为市场切入要大胆，动作手法要打蛇随棍上，成功要靠运气，公司组织方面要指挥官英明，另外配合上船坚炮利。

作者简介

林呈绿，1952年生于台湾省台中县，辅仁大学社会学系毕业。

1977年进入联广公司。

1984年转战国际工商传播（其后更名为英泰泰广告）担任企划指导，现为英泰广告公司副总经理。

林呈绿曾尝试暂离广告界，转入其他产业从事制造、贸易、以及产品销售等工作。

他是台湾首先使用

书籍目录

什么正在写这篇序而不去洗温泉呢？

写台湾的行销传播史？

观点走入新行销时代序谢词第一篇 国外个案 1.BMW推出“7字头”的行销策略对不对？

2.大众汽车是被日本车挤出市场的？

3.PC是IBM的美梦学是梦魇？

4.福特Edsel是行销史上的大灾难？

5.布拉尼夫航空最后竟以脱光了结 6.第一品牌的可口可乐为何改变配方？

第二篇 实际执行个案 7.喜美三门如何立足台湾？

8.不景气的绝持反攻：和成卫浴厨改修计划 9.以资料库行销开垦绿大地 10.美强生妈妈速体健因龙年而出生 11.大轮胎压出别人未走的路 12.莱思康误判趋势而痛失王座第三篇 个案奇想与论述 13.谁能在咖啡市场里和伯朗巨人玩？

14.弄巧成拙的台湾彩色电视机市场 15.中时报系与联合报系要往哪儿去？

16.自立晚报与自立早报兄弟阋墙 17.逆思考也能有大空间 18.东元双胞胎所图为何？

19.强生婴儿洗发精为何走回头路？

20.好男人是中小型车广告的最爱 21.房地产也迈入资料库行销？

22.联强以通路取得个人电脑实贩第一 23.有线电视如何杀出重围？

总结：行销实战心法90条

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>