

<<竞争营销的策略与实例>>

图书基本信息

书名：<<竞争营销的策略与实例>>

13位ISBN编号：9787507822175

10位ISBN编号：7507822176

出版时间：2003-1

出版时间：中国国际广播出版社

作者：张伟志

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>

<<竞争营销的策略与实例>>

内容概要

任何一个行业和企业，在营销实践中，都应当实施“竞争第一”的战略。只有这样，才能在激烈的市场竞争中保持优势，打败对手，取得成功；否则将败阵而逃，俯首称臣，甚至被驱逐出市场。

试看国外：电脑业第三的康柏被惠普并购；汽车业的老二福特公司因“低估竞争对手”而损失50亿美元，裁员35万(2002年).....这就是竞争时代的特色!

在本书中，我们将给您提供一个竞争营销的成功战略和具体的实施方法、规则和定律。

全书分为三篇(共计11章)。

三篇内容分别是：竞争优势分析和战略(提出了企业竞争的八项优势和七大竞争定律)；不同地位竞争者(领先者——市场老大，挑战者——市场老二、老三等)的竞争与合作营销战略；在营销战场上的竞争战术。

本书还给读者朋友提供了大量可供借鉴的中外著名营销案例。

“打造竞争优势，建构核心竞争力，战胜对方，获取成功”的法宝正等待着您!赶快翻开下页，成功在向你招手!

<<竞争营销的策略与实例>>

书籍目录

第一篇 打退对手的策略 第一章 市场领先者的营销成功定律 一、美国式的领先者营销策略 1. “吃掉”竞争者 2. 多元化和品牌繁殖化 3. 著名的“产品类项”理论和市场周期 4. 成本/利益信条 5. 并购失败：哈佛经典案例 二、中国领先者的营销策略 1. 销售第一 2. 注重长远利益，不争一时之利 3. 低价策略 第二章 市场挑战者营销战略：进攻 一、波士顿顾问公司(BCG)的“猴子战大象”理论 1. BCG的创始人：汉德森 2. 猴子——大象结论：哈瑞尔挑战宝洁 3. “差异”竞争：小里蓝与西屋 4. 竞争与法律：情景实例 5. 市场达尔文主义：IBM 二、经典案例A：小“本田”挑战大“丰田” 1. 在美国销量最大的日本车 2. 美国人为什么喜好本田车 三、经典案例B：小“丰田”击败大“通用” 1. 丰田的海外策略 2. 加大投资，提升竞争力 3. 扩建出口工厂 4. 革命性“生产方式” 5. 电脑设计的CAL/CAM 6. 通用与本田11项因素比较 第三章 另类营销战略：竞争性合作 一、巨霸暂时握手 1. 丰田为何进入美国 2. 竞争对手暂时合作 3. 为什么合作？ 4. 合作的“野心” 5. 非议颇多 6. 合作中出现竞争 二、竞争性合作 1. 政府：竞争与合作的应付方法 2. 公司：合作性对付方法 3. 公司：竞争性对付方法及实例 第二篇 战胜对手的战 术 第四章 产品和新产品战术 第五章 质量与品牌战术 第六章 价格战术 第七章 市场与顾客战术 第八章 渠道、服务与广告战术 第三篇 竞争优势分析 第九章 击败对手的竞争优势和策略 第十章 打胜仗——盈利性的攻势营销 第十一章 竞争营销与企业总战略——哈佛分析操作法

<<竞争营销的策略与实例>>

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>