

<<与众不同>>

图书基本信息

书名：<<与众不同>>

13位ISBN编号：9787508036601

10位ISBN编号：7508036603

出版时间：2005-01

出版时间：华夏出版社

作者：（美）特劳特

译者：屈陆民

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>

<<与众不同>>

内容概要

<<与众不同>>

作者简介

## <<与众不同>>

### 书籍目录

- 第1章 选择的严酷性
- 第2章 独特销售主张到底出什么问题啦
- 第3章 重新确立独特销售主张
- 第4章 质量和顾客导向难以成为区分创意
- 第5章 创造力并非一种区分创意
- 第6章 价格算不上一种区分创意
- 第7章 产品线广度是一种艰难的区分方式
- 第8章 区分的步骤
- 第9章 区分产生于人们的脑海
- 第10章 成为第一当为一种区分创意
- 第11章 拥的特性就是一种区分方式
- 第12章 领导地位也是一种区分方式
- 第13章 文化传统算得上一种区分方式
- 第14章 市场专长堪称为一种区分创意
- 第15章 偏爱正是一种区分创意
- 第16章 产品的制作方式可以成为一种区分创意
- 第17章 成为最新有可能充当一种区分创意
- 第18章 热门确是一种区分方式
- 第19章 增长有可能摧毁区分战略
- 第20章 区分常常需要做出牺牲
- 第21章 在不同地点成为与众不同
- 第22章 保持你的差异性
- 第23章 应该由谁来负责区分战略
- 注释

<<与众不同>>

#### 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>