

<<别跟我说你懂营销>>

图书基本信息

书名：<<别跟我说你懂营销>>

13位ISBN编号：9787511909251

10位ISBN编号：7511909256

出版时间：2011-9

出版时间：中国时代经济出版社

作者：穆峰

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>

<<别跟我说你懂营销>>

内容概要

如今营销环境变化很快，新的机遇和挑战不断考验着每个营销人的大脑。本书风趣幽默，读来让人感觉营销好玩，作者善于打比方，把深刻问题简单化、形象化，更是将广告和恋爱相联系，细读之后让人有几分回味。文中用讲小故事讲述营销的道理，通俗易懂、生动活泼，包含深刻的寓意和大智慧。

<<别跟我说你懂营销>>

作者简介

穆峰，资深营销策划人，赢道营销顾问机构合伙人，2007年国家环保总局环保宣教活动顾问，《第一财经日报》、《21世纪经济报道》《中国经营报》《证券日报》《华夏酒报》等50多家财经媒体评论员、撰稿人、专栏作家。

<<别跟我说你懂营销>>

书籍目录

推荐序一

推荐序二

推荐序三

1 只言碎语话广告

- 1.做广告要学大学生谈恋爱
- 2.戏说广告人的双重身份：狗和狼
- 3.中国十大本土广告语
- 4.广告大创意之五大“素质”
- 5.广告猛人必备的“四大内功”
- 6.广告人的“荣耻说”
- 7.广告心智战
- 8.为流行广告语分类

2 其修远兮品牌路

- 9.品牌运营的22条规矩
- 10.品牌延伸的不二法门
- 11.小心品牌四大误区
- 12.品牌命名：三法打好广告埋伏战
- 13.品牌口号：你能约定俗成吗
- 14.品牌命名“中国元素”的光晕效果
- 15.从品牌文化看大学教育

3 营销观察再报告

- 16.区隔竞争：在红海中寻找蓝海
- 17.寻找顾客需求的“六脉神剑”
- 18.“不一样”的生存之道
- 19.餐饮业：点击服务之六大关键
- 20.创新营销模式开创新品类市场
- 21.微利时代，历练“长尾”思维
- 22.一战：策划人要牢记
- 23.“弱智服务”的三个表现
- 24.补肾保健品的四大定位原则
- 25.论坛活动十大误区
- 26.功能鞋故事营销的“二二法则”

4 商业智慧一席谈

- 27.微利时代的三大辩证法
- 28.微利时代，企业如何应对
- 29.链式营销：把产品“打包”，让服务“组合”
- 30.强化售前售中服务，预防“诉后”补救风险
- 31.因为“帮买”，所以“好卖”
- 32.企业制定发展战略的“五项修炼”
- 33.对手：你成功的另一半
- 34.CS经营的人性化定律：三“多”一“少”
- 35.制度化管理，应对“管理回潮”
- 36.自我管理：从“善意”中解放“主人”

5 骨髓营销启示录

- 37.营销人，不应该要“脑子”

<<别跟我说你懂营销>>

- 38.营销人：你能“写”吗
- 39.营销人：你有“三合一”的天赋吗
- 40.营销人，不要“隔山吆喝牛”
- 41.营销人，不要“自作多情”
- 42.做市场，营销人不要“狗熊掰棒子”
- 43.营销人，应高喊“传播万岁”
- 44.营销人，你为谁忙

6 营销寓言大视野

- 45.寓言里的营销智慧系列之需求篇
- 46.寓言里的营销智慧系列之市场篇
- 47.寓言里的营销智慧系列之顾客篇
- 48.寓言里的营销智慧系列之竞争篇
- 49.寓言里的营销智慧系列之创新篇
- 50.寓言里的营销智慧系列之战略篇

7 学历教育反击战

- 51.大学专业的“营销假说”
- 52.大学生职业规划要穿“营销三点式”
- 53.只有不一样，你才能生存
- 54.大学生求职：紧握三大营销利器
- 55.一个三本学院在校生为国家环保总局当顾问

后记

<<别跟我说你懂营销>>

编辑推荐

营销是一个体力活。
本书是最经典、最好玩的中国式营销案例，最透彻、最全面的营销模式解析。

<<别跟我说你懂营销>>

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>