

<<INTERNET 市场营销指南>>

图书基本信息

书名：<<INTERNET 市场营销指南>>

13位ISBN编号：9787534110474

10位ISBN编号：7534110475

出版时间：1998-1

出版时间：浙江科学技术出版社

作者：[美]Tom Vassos 著，成栋 译

页数：224

字数：341000

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>

<<INTERNET 市场营销指南>>

内容概要

帮助您促进产品销售、降低产品成本，帮助您加强与客户、新闻出版机构、商业信息中心的联系，在Internet上拓展商业贸易，利用Internet迅速抢占商业良机，为在Internet上开展商业贸易的公司提供市场营销的最佳策略。

本书的目的在于为你提供Internet市场营销战略的框架。

它概括了Internet市场营销的各种战略，向你展示了可行的市场营销战略，并且列举了许多公司成功或失败的战略。

本书读者对象：市场营销专业人员、大公司的主管、经理和雇员、小企业的老板、经理和雇员、企业、家庭办公的企业家、大学的市场营销教师和学生。

本书对公司里负责Internet市场营销与沟通战略及其实施的个人或团体成员特别有益，但并不局限于此，任何负责市场营销与沟通的人都会对本书所讲的思想 and 战略感兴趣。

<<INTERNET 市场营销指南>>

书籍目录

第1章 确定目标群体和营销目标 1.1 Internet市场营销目标与目标群体 1.2 市场营销不仅仅是销售 1.3 Internet市场营的社区模型 1.4 适应Internet社区 1.5 遵守免费规则的网点第2章 Internet目标市场营销模型——Internet战略规划 2.1 销售预测模型的必要性 2.2 Internet目标市场营销模型的说明 2.3 Internet目标市场营销模型：战略性的工具 2.4 Internet目标市场营销模型：模型的应用 2.5 Internet目标市场营销模型：检验性研究 2.6 一切都彻底变化了第3章 从有形到无形的转变 3.1 无形价值链 3.2 市场营销过程 3.3 非居间化：无形价值链的结果 3.4 后Internet时代的服务市场营销 3.5 非居间化或者促进合作 3.6 Internet和无形价值链 3.7 转变的速度第4章 Internet上的市场调查 4.1 挖掘Internet上的知识宝库 4.2 在Internet上进行一物资料调查：案例分析 4.3 进行二手资料的市场调查 4.4 调查工具 4.5 横向思考：市场调查的有效形式 4.6 在Internet汪洋中寻找你所需的信息 4.7 Internet检索结果的可靠性 4.8 新闻出版信息 4.9 超级搜索引擎 4.10 用中转网点进行调查第5章 Web网点开发的前4个阶段.....第6章 Web网点的交互和数据库战略第7章 Web网点的高级开发战略第8章 Web网点开发的后5个阶段第9章 建立和维护Web的内容第10章 提高网点的访问量第11章 Internet的高级技术第12章 用电子函件进行市场营销——Internet的“外向”市场营销战略第13章 Internet上的主动市场营销第14章 Internet外的主动市场营销第15章 在线贸易：在Internet上达成交易附录：本书的在线内容

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>