

<<现代营销策略>>

图书基本信息

书名：<<现代营销策略>>

13位ISBN编号：9787800284151

10位ISBN编号：7800284158

出版时间：1998-08

出版时间：现代出版社

作者：罗莉

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>

## <<现代营销策略>>

### 书籍目录

- 一、创造市场领导地位
  - 有限市场求生之道      创新才能获胜
  - 由行销带动技术
  - 发展事业组合
  - 树立品牌形象
- 二、利用广告促销
  - 国际广告业透视
  - 广告的种类与原则
  - 如何改变品牌偏好
  - 大品牌的英雄所见
  - 广告商标的成败关键
- 三、奉行顾客第一主义
  - 适应顾客的战略
  - 适应顾客的三个标准
  - 走出去了解市场
  - 探索消费者行为的新趋势
- 四、贯彻诚信法则
  - 海尔：用户永远是对的
  - “价”与“值”的名实相符
  - 负责是唯一正确的态度
  - 赢得顾客信任
- 五、市场的细分与目标市场
  - 市场细分有何重要性
  - 市场的异类性和同类性划分
  - 选择有效的目标市场
  - 市场定位：最后胜利的关键
- 六、优化营销因素组合
  - 优化组合协同作战
  - 战略上的“组合之妙”
  - 好酒也怕巷子深
  - 埃德赛尔（Edsel）的悲剧
- 七、更新营销观念
  - 审时度势的“权变观念”
  - 反其道的“逆反观念”
  - 企业的多元经营观念
  - CI导向的营销观念
- 八、塑造良好的企业形象
  - CI：赢家战略
  - CI策划：企业成功的基础
  - CI导入：企业迈向成功的关键
  - CI战略原则与导入程序
- 九、向最大报酬的努力
  - 商品竞争名者胜
  - 技术不断创新战略
  - 用户至上服务第一

<<现代营销策略>>

日本厂商的小秘密

十、追求新规模经济

规模经济 企业成长的根本动因

从竞争走向合作

方兴未艾的企业兼并

向国际化进军

十一、走上行销管理之路

从通用汽车公司的变革说起

全面品质管理

“以人为本”的管理观念

企业文化：企业管理的精神支柱

十二、把握剧变时代的机会

迎接新世纪的挑战

维持独一无二的优势

竞争策略的选择

再回首已百年身

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>