

<<中国顶级企业经典营销模式>>

图书基本信息

书名：<<中国顶级企业经典营销模式>>

13位ISBN编号：9787801096470

10位ISBN编号：7801096479

出版时间：2003-1

出版时间：中央编译出版社

作者：包晓闻,胡志刚

页数：333

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>

<<中国顶级企业经典营销模式>>

内容概要

二十多年的改革开放使一些中国企业经历了痛彻心扉的变化，有的在这场大潮中被席的无影无踪，有的则通过自身对机制的改革、对管理的创新重新崛起，成为行业的精英、时代的典范。

我们深信，成功者的经验可以昭未来的方向。

通过总结中国顶级企业已成成为典范的营销理念和模式，可以为更多的企业和企业人指明前进的方向，使他们走得更加稳健，也更趋于成功。

本书荟萃了科龙、TCL、娃哈哈、国美等18家中国知名企业的经典营销模式。

从中我们不但可以看到攻城掠地的壮阔场景，也可以领会到指点江山、逐鹿中原的商儒风采。

“经典的案例，隐示着成功的真谛”这就是本书希望告诉每个读者的东西。

<<中国顶级企业经典营销模式>>

书籍目录

前言整合营销 满意在民——科龙集团的整合营销模式一、整合营销及实施的必要性二、科龙整合营销策略的实施三、多种营销方式的配合四、点评传统网络 成就辉煌——TCL以人为本的网络营销模式一、TCL的创业史二、天女织梭——TCL的营销网络三、以人为本的网络营销四、点评主流营销 阶梯降价——格兰仕的价格营销模式一、格兰仕的主流化营销策略二、格兰仕的价格营销三、格兰仕的其他营销组合四、点评创新科技 立信百年——海信的共用品牌营销模式一、海信品牌营销的提炼与诠释二、品牌营销组合三、共用品牌营销存在的问题志在长远 立体扩张——联想集团多层次营销模式一、创业与成功二、联想的营销战略三、点评概念营销 创新新业——透视“商务通”的营销战略一、市场背景介绍二、营销致胜——商务通营销策略分析三、点评传奇品质 百年张裕非常营销 确立优势品牌运作 先声夺人营销旋风 东山再起一夜崛起 快速扩张虚拟圣象 生命更近中国联通 打拼江湖京华之秀 勇淘“金矿” 汽车新贵 低调致胜打造精口 服务社会中国海尔 真诚永远善用“事件” 巧助营销

<<中国顶级企业经典营销模式>>

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>