

<<未来营销>>

图书基本信息

书名：<<未来营销>>

13位ISBN编号：9787801477392

10位ISBN编号：7801477391

出版时间：2002-08

出版时间：企业管理出版

作者：乔伊.马可尼

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>

## <<未来营销>>

### 内容概要

《未来营销》反映的是大众营销。

大众媒体。

大众沟通方面发生的变化。

每一位消费者都有自己的口味。

影响或者购买力。

大众市场由不同的细分市场组成，他们不再只是被简单地分为男人和女人、高中低收入者、自由派或保守派、北方人或南方人。

今天的市场包括众多独特的要素，使得营销者必须比以前更迅速和更有效地定义目标细分市场，并描述其各自的偏好。

不过，营销人员首先必须理解那些新市场的组成和心理特点。

本书还考虑到新兴媒体对于营销的影响，从交互技术到邮政服务、个人电脑、有线电视、电视购物、促销、杂志和magalogs。

现在它们都由于其各自的特点受到营销人才的青睐。

本书旨在描述市场的概况，并描绘整个目标细分市场的特点，给业者提供市场的一个路径图。

新的市场正在开拓，是加入其中，还是蜷身而退 - - 尽在《未来营销》，它会给你答案。

## <<未来营销>>

### 书籍目录

#### 第一部分 满足市场

第1章 对不同受众进行大众营销

第2章 细分市场 理解人口统计变量和心理变量

第3章 研究和技术

#### 第二部分 对不同代人的营销

第4章 细分市场 对不同代人的营销

第5章 对婴儿潮一代的营销

第6章 对X一代的营销

第7章 对Y一代的营销

第8章 对年长者的营销

#### 第三部分 未来和现在的营销

第9章 周期、潮流和好的想法

第10章 成功的品牌战略

第11章 未来营销案例

第12章 21世纪的媒体

第13章 下一步做什么？

<<未来营销>>

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>