

<<多对一营销>>

图书基本信息

书名：<<多对一营销>>

13位ISBN编号：9787801477729

10位ISBN编号：7801477723

出版时间：2003-01-01

出版时间：企业管理出版社

作者：[美]史蒂夫·卢恩-琼斯

译者：刘艳红

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>

<<多对一营销>>

内容概要

“互联网的泡沫最终肯定会被挤破”，作者卢恩以他特有的风格，智慧和无可争辩的事实向人们表达了这一观点。

他力主在现阶段互联网调整时期就建立有效的营销机制、长期的收益体系。

互联网给我们带来了“一对一”模型，就曾经让我们受益匪浅。

它打破了传统的商业信条（“产量是企业的唯一目标”），提醒厂商：消费者并不仅仅是企业报表中的数字，他们也是人。

但是，一对一是一维的，它夸大了互联网的力量，毕竟，互联网仅仅是企业最佳营销解决方案中的一个部分。

随着关系模型倡导的多对一营销在一些世界上最大公司的成功应用，它得到了巨大的发展和人们广泛的关注。

但其实，关系模型是适合任何类型，任何规模的公司的，就像作者为我们提供了案例具有多样性一样。

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>