

<<科特勒说>>

图书基本信息

<<科特勒说>>

内容概要

《科特勒说：营销大师科特勒40年思想精华》当年，科特勒用一句话启动了商界变革：“市场营销最简短的解释是：发现还没有被满足的需求并满足它。

”而当绝大部分商品处于供大于求的状态时，科特勒的著作却永远供不应求，因为他教会了商家如何在产量过剩情况下得以生存。

市场营销学上个世纪70年代末被引入中国，但没有引起关注，因为，营销观念只有在企业面临巨大的市场困境和竞争压力下才会被真正接受。

二十年后，中国市场急不可待地发育起来，88.6%的公司最渴望得到是“有效的营销策略”。

科特勒，作为营销学的教父出现在了人们的视野中。

专业人士评论说，商业作家中至今还没有一个人能像科特勒那样完整、清晰、权威地表述观点。中国已陆续出版了科特勒著作近10种，将近百万册，MBA几乎人人都研读过科特勒式的“百科全书”。

而如今，这本营销大师精心编写的深入浅出的《科特勒说》，不再仅面向专业读者，更是定位在了一次总结和普及。

《科特勒说：营销大师科特勒40年思想精华》针对近年来从客户、学生、商业受众和专业作者那里收到的数以千计的问题，菲利普·科特勒采取了新的方式去思考答案，并在《科特勒说：营销大师科特勒40年思想精华》里结集论述。

《科特勒说：营销大师科特勒40年思想精华》从市场和营销的基本问题开始，讨论了营销战略中的主要思想，4P营销工具、营销策划、营销组织和营销控制各方面的问题，并对营销应用的众多领域做了独到的评价。

作者按照逻辑顺序来编排问题，更便于读者选择自己的兴趣所在。

<<科特勒说>>

书籍目录

序前言综述第一篇 市场与营销定义：什么是营销客户力量与客户满足营销的趋势营销的新思维主要的挑战营销的缺陷营销的批评营销技能营销的职业生涯第二篇 营销战略市场细分目标市场选择定位差异化创新第三篇 营销工具（4P理论）产品品牌和塑造品牌服务价格渠道（分销）促销广告公共关系销售促进销售管理和推销赞助蜂鸣营销媒体第四篇 营销策划营销调研第五篇 营销组织第六篇 营销控制第七篇 营销应用领域消费品行业零售业小企业营销直复营销忠诚度营销客户关系管理和数据库营销互联网营销职业营销个人营销国际营销地区营销衰退期营销政治营销社会责任营销第八篇 卓越的营销跋

<<科特勒说>>

章节摘录

全书从市场和营销开始，讨论营销战略中的主要思想（市场细分，目标市场选择，定位和差别化），被称作4P（产品、价格、地点和促销）的营销工具，营销策划、营销组织和营销控制，之后是关于营销应用的众多领域，消费品行业营销，零售业营销，小企业营销，直复营销，国际营销，衰退时期营销，政治营销和社会责任营销。

最后是对卓越营销的评论，使众多卓越的公司及其出色的营销构成一曲辉煌的结尾乐章。

<<科特勒说>>

编辑推荐

如果有一本小册子能让你迅速、正确、生动地理解营销的话，那么就是《科特勒说：营销大师科特勒40年思想精华》了！

营销大师菲利普·科特勒首次采用问答形式将40年咨询实战经验之精彩结集出版；现代营销学之父化深奥为平实，为同业人指点迷津；作者独家授权，简体中文版与英文版全球同步上市。

<<科特勒说>>

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>