

<<推动中国营销进程的100篇经典文>>

图书基本信息

书名：<<推动中国营销进程的100篇经典文章>>

13位ISBN编号：9787801971289

10位ISBN编号：7801971280

出版时间：2005-1

出版时间：企业管理出版社

作者：《销售与市场》杂志社 编

页数：497

字数：624000

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>

## <<推动中国营销进程的100篇经典文>>

### 内容概要

本书是《销售与市场》杂志十年100篇重量级文章的回顾，按发表时间的不同划分为7个部分。这些文章全部来自中国一线，坚持关注营销过程、基本方法，始终引领中国市场营销的方向，是中国一线营销人员的工作指南和良师益友。透过本书，我们可以清晰地看到10年中国市场营销的进步与发展

## <<推动中国营销进程的100篇经典文>>

### 书籍目录

序百年营销 十年派力风雨10年，成就未来十年中国营销第一部分 1994-1998年写给橙红色的时代企业将步入全营销时代造就中国的营销大师忠告厂长经理：淡季不淡营销新概念：光明营销不是名牌也畅销掀起营销的盖头来概念营销“像卖糖果一样卖柏林墙”谁能读懂中国市场透析背离谁能驾驭中国市场诉求宝典USP倒着做渠道满意顾客为何不回头稳健经营论中国企业“左”倾幼稚病批判定位论的蕴生市场部在中国企业诞生不做品牌做销量中国急切呼唤“市场高速公路”中国企业，离现代营销还有多远？

3000万“坎”怎么过？

关于执行力第二部分 1999年问题丛中的企业走出现代化的历史“飞地”跨国公司给中国带来什么直面价格战的思考站在中国市场的边缘为地租式经营画上句号二十一世纪的最大市场空间变革时代的营销市场理解的误区价值创新，远离竞争20年市场营销审视第三部分 2000年营销百年话说注意力经济eMarketing，21世纪营销创新的焦点策略创新，企业发展的驱动器过程重于结果百年香港谁主品牌沉浮第四部分 2001年第五部分 2002年第六部分 2003年第七部分 2004年附录

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>