

<<世界500强企业顶尖营销丛书>>

图书基本信息

书名：<<世界500强企业顶尖营销丛书>>

13位ISBN编号：9787806978900

10位ISBN编号：7806978909

出版时间：2007-3

出版时间：海天出版社

作者：傅雷

页数：244

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>

内容概要

《世界500强企业顶尖营销模式》中列举了麦当劳的情感营销、伊莱克斯的亲情化营销、花旗银行的直复营销、马自达汽车的“文化营销”模式、宜家的品牌体验营销等成功鲜活的事例，其背后隐藏着可探寻的营销模式和规律。

500强用的营销模式对于眼下的企业不无借鉴之处。

惟有出奇制胜的营销模式才能弥补企业竞争优势的不足。

作者简介

傅雷，年青的战略管理讲师，优秀的企业管理咨询师，现担任卓越管理顾问有限公司的顾问。十年来，他主要致力于管理科学的研究与实践工作，经常被国内的知名企业聘去讲课。作者数十篇学术论文曾发表在数十家媒体报刊上，已经出版了上百万字的作品。

书籍目录

第一章 消费者导向营销模式壳牌 (Shell) ——健康环保“健康环保”营销模式的意义成功之道让环保成为企业的鲜明旗帜精彩看点精益求精的环保之心案例评点能源与环保是影响国家发展的重要条件国际商用机器 (IBM) 服务营销——服务是不变的情怀由卖产品到提供服务: IBM的真正产品成功之道IBM的成功之道——为客户提供最佳服务精彩看点塑造良好的企业形象案例评点全心全意为顾客服务麦当劳 (McDonalds) 情感营销——走进温馨的家麦当劳——促销中注入感情成功之道沉甸甸的“M”, 浓浓的情——麦当劳叔叔的魅力精彩看点从美国到世界: 一样的标准案例评点解开麦当劳的行销之钥——“感人心者, 莫先乎情”伊莱克斯 (Electrolux) 亲情化营销——把洋品牌做土亲情策略深入人心成功之道“亲情”被伊莱克斯在市场中发挥得淋漓尽致精彩看点亲情也要本土化案例评点攻心为上占市场第二章 竞争导向营销模式可口可乐 (Coca-Cola) 公益营销——“奥运之棋”可口可乐——挡不住的诱惑成功之道燃亮奥运之梦精彩看点可口可乐独有的红色飘带案例评点北京天坛的盛夏之夜日产汽车 (Nissan Motor) ——技术竞争“技术竞争”营销模式的意义成功之道技术是打动消费者的最有效武器精彩看点安全行车离不开技术、意识和质量案例评点占领汽车市场, 靠的是技术和质量贝塔斯曼 (Bertelsmann) ——合作制胜“合作制胜”营销模式的意义成功之道并购与参股, 合作营销的两种方式精彩看点在并购合作中完成跨越式发展案例评点强强并购, 应对跨国公司的进攻通用电气 (General Electric) ——产品多元化“产品多元化”营销模式的意义成功之道多元化模式助企业登上发展巅峰精彩看点中国企业切莫盲目走多元化道路案例评点走多元化道路需要具备一定的条件爱立信 (Ericsson) ——保持技术优势“保持技术优势”营销模式的意义成功之道技术打开生存之门精彩看点提高差异性根本案例评点因时制宜巧革新杜邦 (E.I. Dupont de Nemours Company) ——用创新赢市场“用创新赢市场”营销模式的意义成功之道创新出的一个奇迹精彩看点创新的本质是营销案例评点持续发展需要动力米其林 (Michelin) ——多品牌占先机“多品牌占先机”营销模式的意义成功之道百年磨砺出“必比登”精彩看点一品多牌, 全面出击案例评点品牌共存, 相互协调第三章 关系导向营销模式耐克 (Nike) ——行销传播模式耐克——中间商品牌的胜利成功之道做自己擅长做的事精彩看点耐克的启示案例评点沟通: 行销的奥秘中国石化 (Sinopec) ——全程协销“全程协销”营销模式的意义成功之道全线协销实现企业与经销商的双赢精彩看点协销是企业为经销商提供的营销支援案例评点国内润滑油品牌正在赶超国际品牌中国移动通信 (China Mobile) ——合作共赢“合作共赢”营销模式的意义成功之道合作共赢使“移动梦网”的美梦成真精彩看点合作竞争是中国电信业的发展选择案例评点用合作的模式促进产业的共同繁荣三星 (Samsung Electronics) ——竞争中获得“双赢”“竞争中获得‘双赢’”营销模式的意义成功之道与对手共享市场“蛋糕”精彩看点在竞争中合作案例评点市场没有至尊“盟主”惠普 (Hewlett-Packard) ——品牌联合“品牌联合”营销模式的意义成功之道与伙伴一起筑就品牌阵营精彩看点“联合”的目的是“多赢”案例评点大胆创新才有出路雷诺汽车 (Renault) ——跨领域文化协作“跨领域文化协作”营销模式的意义成功之道从法国浪漫走向世界风格精彩看点用感性打造出的营销武器案例评点英特尔 (Intel Inside) ——平台化营销模式“平台化”营销模式的意义成功之道技术之外搭平台精彩看点改变身份, 融入市场案例评点以平台为原点全面渗透市场第四章 直复营销模式美国花旗银行 (Citigroup) ——直复营销新时代直复营销在西方银行界的应用成功之道花旗银行直复营销的成功经验精彩看点花旗银行直复营销的启示案例评点直复营销在银行领域运用中的问题戴尔 (Dell) 直复营销模式直复营销的意义在于创新了营销的渠道成功之道戴尔根本的制胜之道精彩看点从戴尔身上学到了什么案例评点戴尔经营模式的成功运作有其强大的整合系统的支撑第五章 文化营销模式马自达汽车 (Mazda Motor) ——文化营销模式“文化营销”营销模式的意义成功之道文化营销是企业未来市场发展的原动力精彩看点凸显产品的鲜明个性是文化营销的关键案例评点中国的自主汽车要形成自己的文化西门子 (Siemens) ——文化营销文化是企业的伴生物成功之道文化是市场营销活动存在的土壤精彩看点打文化牌是在长远未来获得一个沟通的平台案例评点文化营销打开市场第六章 品牌营销模式宜家 (IKEA) 新型的营销模式——品牌体验营销品牌是一种体验——从“宜家”看体验营销成功之道体验营销是一种满足心理需求的营销活动精彩看点生动化营销让你现场感受品味案例评点宜家带来的是一种全新营销理念的实践雀巢 (Nestle) ——品牌营销模式品牌是由一种保证性徽章创造的无形资产成功之道让品牌真正地满足本地市场精彩看点雀巢品牌战

略的启示案例评点品牌与文化营销模式的结合联合利华（UNILEVER）——品牌多元化多品牌策略与单一品牌策略成功之道多品牌战略——联合利华营销的法宝精彩看点联合利华品牌本土化的启示案例评点关键在于找到合适的模式宝洁（Procter & Gamble）——品牌革命用语言表达承诺成功之道核心内容是对消费者价值的独特理解与把握精彩看点宝洁品牌模式的转变案例评点从“头”开始菲亚特（Fiat）——以安全促品牌“以安全促品牌”营销模式的意义成功之道安全，造就汽车神话精彩看点营销之中树典范案例评点安全为王，正中消费者命门第七章 新兴营销模式精工爱普生（Epson）——技术创新“技术创新”营销模式的意义成功之道技术创新为企业开拓新的发展空间精彩看点市场竞争力是企业技术创新的保障案例评点企业的发展应该是技术创新的过程本田（Honda）——四位一体“四位一体”营销模式的意义成功之道“四位一体”带来的“广本热潮”精彩看点汽车专卖店，比服务不比奢华案例评点国内的汽车营销模式亟待完善索尼（SONY）——品牌国际化“品牌国际化”营销模式的意义成功之道国际化的营销模式造就今日的跨国巨鳄精彩看点企业国际化不以一时论输赢案例评点本土化与国际化，企业发展的两驾马车辉瑞（Pfizer）——并购合作模式“并购合作”营销模式的意义成功之道在收购中不断提升自己的业绩精彩看点国内企业要在并购浪潮中站稳脚跟案例评点未雨绸缪，积极应对跨国公司的并购行动迪斯尼（Disney）——主题公园“主题公园”营销模式的意义成功之道主题乐园为企业带来不竭的赢利精彩看点中国的主题公园路在何方案例评点主题公园在营销中的作用不可忽视佳能（Canon）——技术领先“技术领先”营销模式的意义成功之道技术领航企业精彩看点技术研发亦有“道”案例评点将技术转化为商品才是关键现代汽车（HYUNDAI）——品牌价格双优势“品牌价格双优势”营销模式的意义成功之道让品牌成为市场的推动力精彩看点价格战不是目的案例评点优势需要合理利用乐金电子（LG Electronics）——抢占高端“抢占高端”营销模式的意义成功之道从大众品牌到高端形象的蝶变精彩看点“高”处需胜寒案例评点认清市场，再走高端夏普（SHARP）——聚焦核心“聚焦核心”营销模式的意义成功之道赢在专注于一件事精彩看点核心技术是制胜的关键案例评点聚焦核心，争取主导后记

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>