

<<趣味营销学>>

图书基本信息

书名：<<趣味营销学>>

13位ISBN编号：9787811064001

10位ISBN编号：7811064006

出版时间：2007-1

出版时间：河南郑州大学

作者：李石华

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>

<<趣味营销学>>

内容概要

本书以生动有趣的文笔，将营销知识和故事巧妙结合，将枯燥的营销学方法用讲故事的形式表现出来，增加其趣味性、可读性和认知性。

本书将重点放在营销4P上，就是要达到攻其核心、重点突破的效果。更为关键的是，本书将营销4P同被称为“竞争理论”的博弈论紧密结合起来，通过一些故事和典型案例进行阐述，从而让晦涩的经济理论深入浅出，通俗易懂，以求达到理论与实践的绝妙结合，更方便读者的实际操作。

<<趣味营销学>>

书籍目录

竞争的策略篇 降价能否解决根本问题 “自来水哲学”与低价策略 一分价钱一分货 优势互补与双赢博弈 惜售与“饥饿营销” 发掘有价值的“第一” 把“绊脚石”变成“垫脚石” 争取走在竞争对手的前面 知己知彼，百战不殆 功夫尽在创新公关及服务篇 站在顾客的立场说话 不能忽略客、尸需求 帮助顾客解决问题而不是制造问题 坦白法则与诚信策略 经营并维护客、尸的信任 在关键时刻闭嘴 唤起顾客的需要 你用多少力，客、尸回馈多少力 产品有贵贱，顾客无尊卑 微笑是无声的语言 售后服务，给顾客一颗“定心丸” 向顾客学习 “另类”你的顾客思维产品及品牌篇 为自己做嫁衣 路径依赖与逆向思维 正确的定位与市场细分 到有鱼的地、万去钓鱼 赶在别人之前否定自己 利用产品的生命周期 大地瓜洗衣机和先营销管理 不要让缺陷放大1000倍 让产品自己说话 让广告“天生丽质” 此璞非彼“璞”——文化差异与地域差异 文化差异与品牌本地化渠道及技巧篇 拥有渠道，就拥有市场 让顾客为你筑就财富渠道 “无为而治”与口碑营销 帮助别人赚钱，提高自己的财富指数 另一种温暖与文化营销 “拴住”最有影响力的顾客 抓住营销的最佳时机 渠道瘦身，确保渠道效率 避免主观的市场调研 建立渠道生态系统后记

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>