

<<反周期萧条年代的企业生存法则(6VC)>>

图书基本信息

书名：<<反周期萧条年代的企业生存法则(6VCD)>>

13位ISBN编号：9787880663471

10位ISBN编号：7880663479

出版时间：国家行政学院音像出版社

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>

## <<反周期萧条年代的企业生存法则(6VC)>>

### 内容概要

经济下滑，能否找到入市良机？

消费谨慎，销量能否逆势增长？

中国品牌第一人李光斗老师以创新性的战略、战术与方法，指引企业：如何应对经济变化、如何破解周期咒语、如何实现逆势增长、如何同步提升品牌价值与营销业绩；在黑暗中划亮一根火柴，会比白天里点燃一根蜡烛更明亮！

李光斗深度揭秘反周期，为企业创造新的可能。

书籍目录

一、周期VS反周期

- 1、环球同此凉热
- 2、信心经济与经济危机
- 3、市场经济就是周期性经济

二、反周期现象

- 1、好莱坞造梦—30年代大萧条里的传奇
- 2、芭比娃娃—二战后第一次经济危机里的传奇
- 3、在冬天开张—1973-1975年石油危机里的传奇
- 4、SOHO帝国—1997-1998年亚洲金融风暴里的传奇

三、揭秘反周期

- 1、环境“反周期”
- 2、竞争“反周期”
- 3、需求“反周期”
- 4、周期刺激需求
- 5、周期缓冲竞争
- 6、周期重构环境

四、反周期心法

- 1、该恐惧还是该贪婪
- 2、逆向思维
- 3、危机管理
- 4、企业家是贩卖信心的
- 5、逢敌必“亮剑”
- 6、马太效应

五、反周期市场法

- 1、找替代市场
- 2、找新兴市场
- 3、渠道下沉
- 4、整合资源建市场

六、反周期产品法

- 1、找省钱型产品
- 2、找疗伤型产品
- 3、调整产品线
- 4、改变产品诉求
- 5、建防御型产品
- 6、短裙理论和口红效应

七、反周期营销法

- 1、植入式营销的悲与喜
- 2、看《海角七号》学营销大发
- 3、渠道创新
- 4、可感知营销 - 体验经济

八、反周期传播法

- 1、故事营销
- 2、找准传播内容
- 3、找准传播渠道
- 4、找准传播方式

5、精选传播对象

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>