

<<营销纲领>>

图书基本信息

书名：<<营销纲领>>

13位ISBN编号：9787884300419

10位ISBN编号：7884300419

出版时间：齐鲁电子音像出版社

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>

<<营销纲领>>

内容概要

为什么看似“平常”的运作成功了，而你却没有，路长全向你全面阐述；中国企业的营销纲领！

本课程对中国企业的整体运作水平提升极具指导价值与意义。

由于不了解竞争机理，营销仍然是一团乱麻。

“营销纲领”是企业家、管理者、营销人不能不思考的问题。

“战争是流血的政治，营销是流血的经济！

成功要付出代价，不成功要付出更大代价！

”《营销纲领》课程集路长全教授20多年的营销实践的总结和理论研究于一体，向中国企业的管理者及营销人员阐述营销中必须遵循的纲领性原则，这些原则既是我们突破市场的竞争战略，又是保护自己的有效壁垒，它们是基于对中国企业现状以及未来营销任务考虑后提出的。

<<营销纲领>>

书籍目录

- 第一讲：什么是《营销纲领》
- 第二讲：中国市场的营销问题
- 第三讲：纲领一：顶天立地：大处要壮阔，小处要锋利
- 第四讲：纲领二：差异凸显
- 第五讲：纲领三：速度领先：导致资源富集
- 第六讲：纲领四：优先聚焦
- 第七讲：纲领五：从“打靶”转向“博弈”：推移时代的营销战略
- 第八讲：纲领六：切割营销：将对手逼向一侧
- 第九讲：纲领七：竞争超越，超越竞争的有效手段，是凌驾于竞争对手之上
- 第十讲：纲领八：品牌4S法则
- 第十一讲：纲领九：战略没有中庸
- 第十二讲：纲领十：拒绝用管理“骆驼”的方法管理“兔子”

<<营销纲领>>

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>