

<<中国善营销>>

图书基本信息

书名：<<中国善营销>>

13位ISBN编号：9789888229062

10位ISBN编号：9888229060

出版时间：2013-4

出版时间：中国评论学术出版社

作者：肖建国,刘先彬,喜江波

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>

<<中国善营销>>

内容概要

《中国善营销——保健品企业的突围之道》是一本告诉我们怎么靠全心全意的“善”进行营销的教科书。

本书从善知、善行、善例、善规四大维度，阐述了“善”的哲学与现代营销的内在联系，指出目前保健品行业中的“非善”做法，并结合大量案例和企业实际系统地介绍了“善营销”的具体模式，大力倡导“善心善行结善缘，善始善终做善事”的“善”文化，推广一种尊重和遵循市场规则的营销模式，值得所有关注保健品市场的发展、关注“善营销”在实际经营中的运用的人细细品读。

<<中国善营销>>

作者简介

肖建国，清华大学研究生，工商管理硕士，高级营养师，广东善元堂保健品有限公司董事长。

刘先彬，《21世纪药店》执行总编，在省级以上刊物发表学术论文累计近30万字，我国医药行业资深媒体人。

喜江波，中级经济师，从事医药保健品营销策划工作十余年，曾任多家营销策划公司、知名医药保健品企业的策划总监、市场总监。

<<中国善营销>>

书籍目录

第一章 善知篇

- 一、扬善：企业的社会责任
- 二、善事新商业文明的内核
- 三、善与现代营销
- 四、保健品行业呼唤“善营销”

第二章 善知篇

- 一、善营销的要领与实现路径
- 二、保健品非善营销的主要表现
- 三、善营销策略
 - (一) 善营销的基本模式
 - (二) 3.0时代的十二种善营销模式
 - (三) 善营销的主要方法

第三章 善例篇

- 一、经典善例
- 二、特别收录

第四章 善规篇

- 一、法律法规
- 二、行政规章
- 三、其他
- 四、常见违法违规案例

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>