

《新营销》

图书基本信息

书名：《新营销》

13位ISBN编号：9787506427661

10位ISBN编号：7506427664

出版时间：2004-2-1

出版社：中国纺织出版社

作者：晓光,宁川

页数：368

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《新营销》

内容概要

本书介绍了营销领域不断涌现的许多营销新概念、新理念、新方法、新技巧，它们被英特尔、诺基亚等《财富》500强企业和海尔、TCL、格兰仕、商务通等中国顶级企业大力倡导并广泛使用，且被这些企业的营销总监、营销经理及区域市场主管等视为营销策划制胜的秘诀与法宝。融汇国际流行营销时尚，扎根中国本土是本书最好大的特色。本书还收录了许多成功运用“新营销”的企业实战案例，以达到启迪读者营销思路，引爆策划灵感的目的，从而让企业实现低成本广告投入，高回报的销售业绩。本书可以说是中国市场营销人员开阔营销视野，提升自身职业化与专业化程度的最佳读本，同时也是企业总经理、非营销职业经理人快速把握营销潮流的自修教程。

书籍目录

- 1 体验营销
- 2 事件营销
- 3 主题营销
- 4 直复营销
- 5 交叉营销
- 6 渗透营销
- 7 逆向营销
- 8 协作营销
- 9 E-mail营销
- 10 病毒性营销
- 11 互补营销
- 12 伙伴营销
- 13 捆绑营销
- 14 模块营销
- 15 4C营销

.....

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：www.tushu000.com