

# 《这是谁的错 营销陷阱110》

## 图书基本信息

书名：《这是谁的错 营销陷阱110》

13位ISBN编号：9787500437062

10位ISBN编号：7500437064

出版时间：2003-3-1

出版社：中国社会科学出版社

作者：苏伟伦

页数：232

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](http://www.tushu000.com)

# 《这是谁的错 营销陷阱110》

## 内容概要

本书从许多营销实例中，筛选出110个营销陷阱，并加以整编，分别纳入九个篇章：营销观念篇、营销战略篇、营销策划篇、顾客服务篇、产品价格营销渠道篇、广告促销公关篇、直接营销篇、营销管理篇、以及营销陷阱案例篇。通过这九篇的说明与讨论，提醒人们营销陷阱的普遍存在及其严重性，告诫人们在作营销决策时，必须作深入的分析与思考，并正视营销陷阱的潜在威胁，以期全面提升国内的营销运作水平。

# 《这是谁的错 营销陷阱110》

## 书籍目录

- 第一章 营销观念的陷阱
- 第二章 营销战略的陷阱
- 第三章 营销策划的陷阱
- 第四章 产品、价格、营销渠道的陷阱
- 第五章 广告、促销、公关的陷阱
- 第六章 顾客服务的陷阱
- 第七章 直接营销的陷阱
- 第八章 营销管理的陷阱
- 第九章 营销陷阱的案例分析

# 《这是谁的错 营销陷阱110》

## 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](http://www.tushu000.com)