

《营销策划与执行》

图书基本信息

书名：《营销策划与执行》

13位ISBN编号：9787500838197

10位ISBN编号：7500838190

出版时间：2007-2

出版社：中国工人

作者：张亦唯

页数：278

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

《营销策划与执行》

内容概要

在《营销策划与执行》中，作者虽然不会就营销策划的理论知识进述太多，但在每一步的具体行动中，都将提及营销策划的一些基础知识。同样，营销策划中有许多误区需要避免，有很多基本原则需要遵从。不论是创新出奇，还是成本控制，都不能忽视。营销策划是什么？它是企业通过激发创意，有效地配置和运用自身有限的资源，选定可行的营销方案，达成预定的目标或解决某一难题。营销策划虽然不能保证企业绝对成功，但绝对可以保证企业少走弯路！

到达目的的路可能有一百条，但最近的路只有一条，营销策划的目的就是寻找这条路。

精彩短评

1、大众普及

《营销策划与执行》

精彩书评

1、风格很像某某人的研究生论文，篇章和说明都中规中矩，看起来很快，有意思的是偶尔冒出的事例，比如农夫山泉，海尔，日本飞柔，洗衣粉，丰田，七喜等等。产品和促销的部份还行，网络和新颖的研究方向很少介绍，也没有细化，有些宽泛。比如最感兴趣的是在产品的成长期，倚重于“口碑传播”，促销力度减弱，有赞同也有疑问，能细说并举例就好了。

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