

《营销潜规则》

图书基本信息

书名：《营销潜规则》

13位ISBN编号：9787543924352

10位ISBN编号：7543924358

出版时间：2004-11

出版社：上海科学技术文献出版社

作者：薛而思

页数：142

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

《营销潜规则》

内容概要

本书打破了传统的以菲利普·科特勒为代表的市场营销框架，结合中国现有的市场状况，独创了一条适合中国本地营销规则运行的崭新思路，对国内各领域各行业中从事市场营销的人员均有参考价值。即有一定的理论性，更有很强的操作性。

鉴于关系活动在营销活动方面的关键作用，而关系活动又极其复杂，极其广泛，明里暗里，云里雾里，只可意会，不可言传，迄今为止也没有一本专门论述关系活动的专著。因此，作者结合自己多年的实际经验和理论探索，尝试着撰写了这本小册子，上篇力图探讨营销中关系活动的基本规则及其意义；下篇打破传统营销组合，以建立新的营销框架，适合在中国的实际营销活动。

《营销潜规则》

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