

《行銷學之父 - 菲利浦 . 科特勒》

图书基本信息

书名：《行銷學之父 - 菲利浦 . 科特勒》

13位ISBN编号：9789867371034

10位ISBN编号：9867371038

出版时间：20041101

出版社：海洋

作者：大衛 . 霍夫曼

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

《行銷學之父 - 菲利浦 . 科特勒》

內容概要

科特勒拓展行銷的領域，將行銷從企業擴展到非營利性機構，因為他認為行銷無處不在。

本書特色

仔細定目標市場，並且直接向該目標市場提供一流的產品或服務。

行銷方要圍繞『4Ps』進行：產品，價格，通路和促銷。

很多重要步驟應該走在4Ps之前。在決定任何一個P之前，所有優秀的行銷策劃必須開始於一個『R』（Research），即調查。

調查清楚消費者在喜好、需求、認知上的差別，因此有必要歸之以類，這就是『S』（Segments），即細分市場。

大多數公司兼顧不了每個細分市場，他們就得選擇一個自己能占優勢的市場，這是『T』（Tatgeting），劃定目標市場。

在4Ps開始之前，還有至關重要的一步定位，正因有了定位，行銷領域才成了一個令人興奮的競技場。

《行銷學之父 - 菲利浦．科特勒》

作者簡介

大衛．霍夫曼

1976年美國哥倫比亞大學畢業後，先後在《華爾街日報》、《商業周刊》等媒體任記者和評論員。1983年哈佛大學商學院MBA畢業後，任美國沃爾瑪連鎖公司行策劃，後在通用電器、JR摩根等公司擔任公關經理的投資顧問。1996年組建道爾道（D&D）諮詢公司，作為自由撰稿人無美多家商業和金融媒體提供資訊和評論。其所著的《資本與技術的搏弈》1998年榮登美國暢銷榜首。

《行銷學之父 - 菲利浦 . 科特勒》

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