

《首席营销官的忠告》

图书基本信息

书名：《首席营销官的忠告》

13位ISBN编号：9787111123620

10位ISBN编号：711112362X

出版时间：2003-08

出版社：机械工业出版社

作者：乔远生

页数：235

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

《首席营销官的忠告》

内容概要

为什么得奖的广告带不来利润?

为什么铺天盖地的广告招不来顾客?

为什么众人皆知的品牌却卖不出产品?

消费者被淹没在各种各样的选择之中，企业不惜血本地不断寻求更富有新意的手段把产品以及服务的信息传递给消费者，但见不到效果。

到底是为什么?

基于30年来从事世界顶级品牌创建和管理的经验，以及对案例和企业实实在在的探索考察，齐曼为我们奉献了这样一本具有实战指导意义的书，为企业策划真正有效的营销推广活动提供了切实有效的行动指南。

《首席营销官的忠告》

书籍目录

引言

第1章 另眼看广告

第2章 成功可能致命，切莫陷入品牌知名度误区

第3章 寻找和保留有价值的顾客

第4章 如何善用名人、代言人和卡通形象建立你的品牌

第5章 包装：抵御竞争的防线和建立品牌的利器

第6章 赞助的策略与误区

第7章 免费媒体是把双刃剑

第8章 让员工成为信息传播和产品的组成部分

第9章 两上著名品牌的教训

第10章 切勿错失良机

译者后记

译者简介

《首席营销官的忠告》

精彩短评

- 1、没有想象中的那么好，读起来兴趣感不是很大，但是关于产品那部分写的还是不错的。
- 2、广告的真正意义不是宣传~而是赚钱，目标定位不能搞错，赞助的目标也是赚钱.....公司的上帝是顾客...顾客至上...服务人员至上...这两种人是公司的重点保护的人

《首席营销官的忠告》

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