

《行銷組合策略 - 整合行銷一戰而霸》

图书基本信息

书名：《行銷組合策略 - 整合行銷一戰而霸》

13位ISBN编号：9789572922286

10位ISBN编号：9572922289

出版时间：20040901

出版社：御書房

作者：蕭富峰

页数：287

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

《行銷組合策略 - 整合行銷一戰而霸》

內容概要

行銷是商品的翅膀，擁有一雙強健有力的翅膀，才能帶著商品追遠飛高，擁有飆升的亮麗業績。翅膀是成雙的，行銷翅膀也是。一對翅膀就代表行銷的重要兩面，分別是「策略面」與「執行面」。任何行銷方案要思考的兩大問題就是：「How to do?」與「What to do?」也就是如何度衡時勢、擬定策略，並將目標成功執行。行銷，仿若與消費者進行對話。有組織邏輯，有事例內容，才能成就好的對話。同理，做好行銷必須兼顧組織邏輯的策略面，以及事例內容的執行面。著手進行行銷方案時，行銷人有四項利器可以建構思考的體系脈絡，分別是產品 product、價格 price、通路 place、推廣 promotion，此即所謂的行銷組合 marketing mix。充分運用行銷組合的4P理論，可據以研擬行動方針、並在統整可茲資利用的資源後，獲致行銷利基與綜效。

一個好的論述，必須「架構保護內容，內容充實架構。」本書即分別為產品、價格、通路、推廣，依序論說，將所有行銷內含元素，統整放進一個思考架構平台，從而全面整合行銷觀念，達到結構性分析，並以深入淺出的經典案例佐證豐富內涵。

「行銷是要使推銷變得不必要」，這是行銷學的期許目標。讀完本書，可完全體悟行銷的兩大面向策略面與執行面。

《行銷組合策略 - 整合行銷一戰而霸》

作者簡介

蕭富峰

輔大廣告系專任副教授。國內最著名的行銷領域專業作家，以趣理兼及的筆調，引領讀者探知行銷的奧妙創想世界。先後在遠流、天下等出版公司推出年度暢銷書籍，著作包含《行銷實戰讀本》、《行銷組合讀本》、《廣告行銷讀本》、《行銷聖經》、《內部行銷》、《你可以再靠近一點看P&G》等十餘本專業性與市場性論著。

基於行銷對企業經營成敗的影響日鉅，作者經過多年的醞釀，細膩規劃推出『行銷講堂讀本』系列。內容係全面統整了行銷領域必修的理論與實務，尤其引證國外經典行銷案例，並專對國內市場的特性，量身訂作的一套完整行銷必讀課程。

《行銷組合策略 - 整合行銷一戰而霸》

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