

# 《策略深呼吸》

## 图书基本信息

书名：《策略深呼吸》

13位ISBN编号：9787801839985

10位ISBN编号：7801839986

出版时间：2008-1

出版社：航空工业

作者：袁岳，赵玉峰著

页数：214

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](http://www.tushu000.com)

# 《策略深呼吸》

## 内容概要

《策略深呼吸》主要内容：“工欲善其事，必先利其器。”伴随着改革的进程，中国的许多企业正在从幼稚走向成熟、从无序走向规范、从国内走向国际。作为营销与管理咨询业界的人，我们更为深刻地感受到中国目前企业内的中高层管理人员对营销与管理工具的渴求，而目前无论是学院派的教育还是最新的书店书架上的陈列，都不乏国外先进的营销和管理理论的介绍和灌输，但各有其局限性。

# 《策略深呼吸》

## 作者简介

袁岳，零点研究咨询集团董事长。中国信息协会市场研究业分会副会长，北京科技咨询业协会理事长，世界专业研究人士协会（ESOMAR）中国区代表，国际管理咨询机构协会（AMCF）中国区代表，北京留学生商会副会长，哈佛校友会副会长。清华大学、南开大学、西南交大、中国传媒大学等高校管理学兼职教授、MBA/MPA兼职导师。发表有管理学、经济学、社会学和法学方面的论述约900余万字。在组织管理、高级谈判、市场营销、品牌管理、政策分析方法、社会群体研究方面有相当研究，担任多家重要媒体和企业的长期管理顾问。1985年毕业于南京大学法律系。1988年获免试推荐进入重庆西南政法学院攻读硕士研究生。获哈佛大学公共管理硕士、北京大学社会学博士学位。1965年生于江苏省大丰县。1992年创办零点调查公司，2000年创办前进策略和指标数据，2003年创办远景投资。在他的领导下，零点研究集团成为本土市场和社会研究咨询领域的著名品牌。

# 《策略深呼吸》

## 书籍目录

序言第一章 品牌管理一 品牌的概念及意义（一）什么是品牌（二）提高品牌价值的意义二 品牌研究的 workflow 三 品牌研究的工具模型介绍（一）品牌审计（二）品牌定位（三）品牌规划（四）品牌传播企业自测题第二章 渠道管理概述：渠道咨询的方向及“x”模型的应用一 企业内部销售组织管理（一）企业内部销售组织诊断的重要性（二）企业内部销售组织诊断指标二 外部渠道设置（一）渠道的长度设置（二）渠道的宽度设置（三）渠道的广度设置三 经销商管理（一）销售网络布局（二）区域战略（三）商务政策（四）辅助管理四 渠道终端管理（一）终端选择（二）终端管理五 售后服务管理（一）售后服务质量的判定指标（二）售后服务的判定指标的应用六 物流、资金流、信息流管理（一）物流管理（二）资金流管理（三）信息流管理（四）“三流”评价指标的应用企业自测题第三章 新产品概念的开发第四章 顾客满意度评估第五章 公共事务评估

## 《策略深呼吸》

### 精彩短评

- 1、开始做知识整理工作，重新回头看咨询。
  - 2、语言有些拗口，不那么好理解，图还不错~一看就懂，还算凑合吧
  - 3、粗读下来，应该算管理咨询工具书一类吧。里面提供了一些研究思考路径。比较详细，可遇到相关问题时查阅。
- 单单读起来有点乏味，内容量较大，像课本儿。如果有更多生动形象的例子和练习搭配，可能会更好。

# 《策略深呼吸》

## 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](http://www.tushu000.com)