

《营销战略》

图书基本信息

《营销战略》

内容概要

面对纷繁复杂的市场竞争，如何将企业的产品销售出去？如何保证企业获得最大利润？如何使企业员工和顾客之间的互动关系保持良性循环？商场如战场，同样讲究战略，实现双赢才是买卖双方最大的目标。本书对营销战略进行了精练而实用的讲解和概括，是您在商场中实现最大利润的有力法宝！

书籍目录

- 1 市场营销战略评论
- 2 低技术的市场营销手段
- 3 产品策略
- 4 进入市场
- 5 分销渠道设计
- 6 整合市场营销沟通
- 7 定价：基于价值的方法
- 8 在因特网上定价与创造市场
- 9 防止关系市场营销夭折

《营销战略》

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