

# 《激进营销》

## 图书基本信息

# 《激进营销》

## 内容概要

《激进营销》内容简介：作者从40年所遇到的知名企业，挑选了美国十大最著名的品牌，经过潜心研究和深入调查，讲述了十大公司的成功故事，阐述了激进营销的概念、特点以及与传统营销的区别，总结了激进营销的十条原则，详细介绍了不同行业、不同规模、不同竞争环境下的十大公司如何运用这些原则在变幻莫测的市场上赢得一个又一个胜利。同时《激进营销》还通过正反典型事例向读者证实，大型系统企业也可以借鉴激进营销方法成功创立或保持其名牌地位。

# 《激进营销》

## 书籍目录

前言

导论 什么是激进营销

第一章 激进营销的特点

第二章 激进营销的原则

第三章 “感恩而死”乐队

第四章 普罗维登金融公司

第五章 哈利-戴维森

第六章 艾姆斯公司

第七章 NBA品牌

第八章 斯奈普昂工具公司

第九章 维真大西洋航空公司

第十章 EMC公司

第十一章 哈佛商学院

第十二章 波士顿啤酒公司

第十三章 激进营销在传统营销中的运用

后记

译后记

# 《激进营销》

## 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)