

《反周期萧条年代的企业生存法则(6VC)》

图书基本信息

书名：《反周期萧条年代的企业生存法则(6VCD)》

13位ISBN编号：9787880663471

10位ISBN编号：7880663479

出版社：国家行政学院音像出版社

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

《反周期萧条年代的企业生存法则(6VC)》

内容概要

李光斗品牌营销机构——快速提升企业品牌价值和营销业绩，为你的企业提供超越对手、扩大市场的竞争策略；为你的企业制定品牌发展战略，让你的品牌快速成长，一夜成名；为你的企业导入全员品牌管理，实现品牌升位，与时俱进、焕然一新；为你的企业制定具有独特竞争优势的营销策略；让你的广告有创意和销售力，为你省下本要浪费的那一半广告费；为你开启新的商业机会，创新商业模式，实现市场营销和品牌价值的双重提升，推动企业上市，实现快速成长。

名师简介：

李光斗，影响中国营销进程的风云人物，全国数十家著名企业的上品牌战略和营销广告顾问，北京大学、清华大学、上海交通大学、厦门大学等EMBA品牌学特聘教授，荣获中国策划业杰出功勋奖。

《反周期萧条年代的企业生存法则(6VC)》

书籍目录

一、周期VS反周期

- 1、环球同此凉热
- 2、信心经济与经济危机
- 3、市场经济就是周期性经济

二、反周期现象

- 1、好莱坞造梦—30年代大萧条里的传奇
- 2、芭比娃娃—二战后第一次经济危机里的传奇
- 3、在冬天开张—1973-1975年石油危机里的传奇
- 4、SOHO帝国—1997-1998年亚洲金融风暴里的传奇

三、揭秘反周期

- 1、环境“反周期”
- 2、竞争“反周期”
- 3、需求“反周期”
- 4、周期刺激需求
- 5、周期缓冲竞争
- 6、周期重构环境

四、反周期心法

- 1、该恐惧还是该贪婪
- 2、逆向思维
- 3、危机管理
- 4、企业家是贩卖信心的
- 5、逢敌必“亮剑”
- 6、马太效应

五、反周期市场法

- 1、找替代市场
- 2、找新兴市场
- 3、渠道下沉
- 4、整合资源建市场

六、反周期产品法

- 1、找省钱型产品
- 2、找疗伤型产品
- 3、调整产品线
- 4、改变产品诉求
- 5、建防御型产品
- 6、短裙理论和口红效应

七、反周期营销法

- 1、植入式营销的悲与喜
- 2、看《海角七号》学营销大发
- 3、渠道创新
- 4、可感知营销 - 体验经济

八、反周期传播法

- 1、故事营销
- 2、找准传播内容
- 3、找准传播渠道
- 4、找准传播方式
- 5、精选传播对象

《反周期萧条年代的企业生存法则(6VC)》

《反周期萧条年代的企业生存法则(6VC)》

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