

<<喜剧营销>>

图书基本信息

书名：<<喜剧营销>>

13位ISBN编号：9787030146830

10位ISBN编号：7030146832

出版时间：2005-4-1

出版时间：科学出版社

作者：万泉河

页数：139

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：<http://www.tushu007.com>

<<喜剧营销>>

内容概要

在日益激烈的职场竞争中，消费者日趋精明，商品的销售活动也变得越发艰难，营销人员的压力因此与日俱增。

《喜剧营销》针对目前的这种情况，阐述了营销的喜剧本质，从而激发营销人员用更加积极的态度，快乐地迎接市场挑战，感受其中的乐趣。

《喜剧营销》共分7章，内容包括对营销本源的探索，营销业务入门，营销过程中常见问题的解决办法，以及创造机会拓展业务领域和提升自身营销水平。

《喜剧营销》贯彻了营销的快乐内涵，语言诙谐幽默，含义深刻，并配之以生动有趣的图片，深入细致地刻画了一幅充满活力的营销场面。

《喜剧营销》适合营销人员、白领阶层及一般大众读者阅读。

<<喜剧营销>>

作者简介

作者:(日)奥田耕三

<<喜剧营销>>

书籍目录

第1章 追本溯源 营销原是喜剧本色1.1 营销诞生记1.2 欢乐时代1.3 病猫市场出武松1.4 八面威风好快活1.5 提供创意源泉1.6 指导生产改良1.7 皇帝女儿不愁嫁1.8 都怪美国人算错了账案例 喜剧营销之“大树底下好乘凉”第2章 迈过门槛 走进营销的喜剧天地2.1 克服访问恐惧症2.2 立志做个好“奸商”2.3 自卑心理要不得2.4 知识从实践中来2.5 真的客户不欺生2.6 接待不需解私囊2.7 生活工作不对立2.8 时间分配理性化案例 喜剧营销之“新人无招”第3章 揭开伪装 发现营销的喜剧内涵3.1 任务定额遥不可及3.2 领导同事的夹板气3.3 上司态度严厉不给面子3.4 客户的问题又难又多3.5 客户拒绝的见3.6 客户态度冷淡有偏见3.7 客户档次高不好骗3.8 做生意还是做间谍案例 喜剧营销之“苦肉计”第4章 关注细节 营造营销的喜剧情景4.1 伴君不出错 就是一大功4.2 一事不乱 万事好办4.3 客户是上帝 要有好脾气4.4 客户是直友 有错不罢休4.5 客户是奸商 你软他就强4.6 客户是铁账 改下不改上4.7 客户平时亲 生意换别人4.8 客户满天下 语言要用心案例 喜剧营销之“出奇制胜”第5章 随机应变 营销社交要的就是喜剧.....

<<喜剧营销>>

章节摘录

插图

<<喜剧营销>>

媒体关注与评论

书评世间俗事，乱如云烟，但对每一个个体的人而言，这些繁乱俗事归根到底不外乎以下两类：一类是值得高兴的事，是快乐，是喜剧；另一类是让人难过的事，是痛苦，是悲剧，那么营销到底属于哪一类呢？

<<喜剧营销>>

编辑推荐

《喜剧营销》由科学出版社出版。

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:<http://www.tushu007.com>