

<<营销>>

图书基本信息

书名：<<营销>>

13位ISBN编号：9787111210856

10位ISBN编号：7111210859

出版时间：2007-4

出版时间：机械工业

作者：管益忻

页数：256

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>

内容概要

中国是本关于客户经济全新理念的实用型作品，也是客户经济时代的一部企业行动纲领。作者通过分析纷繁复杂的商业运作模式和诸多成功的领航企业比如海尔、联想、TCL国美等案例，向我们揭示了客户经济蕴藏的内涵和全部商业运作模式的真谛。

《营消-迈向客户经济的商业范式革命》适合企业管理人员、经济管理研究人员以及管理专业的师生。

作者简介

经济学研究员，教授、博导，著名经济、战略管理学家。

原中央军委办公厅党委理论秘书，现为中国海内外企业家交流中心副主席，中国发展战略学研究会副理事长，北京钟岭企业管理研究院院长，天津开发区、中国社会科学院经济研究决策中心及燕京啤酒集团等若干著名企业战略管理顾问。

管益忻教授长期致力于企业战略管理、制度创新、企业文化和区域经济研究，先后发表专著约19部，论文370余篇，企业内部战略策划、研究报告数十个，共约1700多万字。

在《百位经济学家论国富》一书中位列经济学界权威，经济、管理学家行列。

管益忻教授跟踪研究海尔约18年，先后主持、参与了包括海尔在内的数十家企业的总体、部分（或核心能力）战略管理策划、设计与研究。

多次主持区域经济战略规划研究与设计。

实践证明，他先后于1996年和2000年创造性提出的“副都心”概念和“信息工业化”战略思想，均具有重大的战略和实践意义。

客户经济理论及其实践是他首次提出，并予以系统阐述的一大全新管理学说及实践范式。

书籍目录

前言上篇 客户经济概论第1章 经济不经济：客户说了算第2章 价值不价值：消费后确定第3章 企客一体化：客领双人舞第4章 竞争变竞争：“营消”是根本下篇 营消范式革命第5章 营消的商业目标：从主攻“对手”向“主攻”客户转变第6章 营销的实践形式：从“营”、“消”分离向“营消”合一转变第7章 营消的运作机制：从“营”适“消”向以“消”定“营”转变第8章 营消的创新机制：从企业利润主导向客户价值主导转变第9章 营消的协同运作：从直面企业并购向单元并购联盟化转变第10章 营消的国际化战略：从“走出去”向“走上去”转变第11章 营消的品牌运作：从OEM主导向OBM主导转变第12章 营消的人本基础：从人力资源开发向人员素质经营转变第13章 “营消”的理念革命：从公司主导文化向客户主导文化转变参考文献后记

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