

<<1分钟学营销>>

图书基本信息

书名：<<1分钟学营销>>

13位ISBN编号：9787115218070

10位ISBN编号：7115218072

出版时间：2010-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：全琳琛

页数：181

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>

<<1分钟学营销>>

内容概要

《1分钟学营销：故事里的营销学》通过讲故事的形式，从市场调研、产品策略、服务策略、品牌策略、价格策略、渠道策略、促销策略、广告策略、人员推销、营销方式和营销创新11个方面介绍了营销理论的各种知识。

作者对书中的每个经典故事都附有“点评”，每一章的后面都有知识链接，内容极具趣味性、实用性和知识性，使读者能够在轻松愉悦中掌握营销知识的精华。

《1分钟学营销：故事里的营销学》适合企业管理者和营销部门的员工阅读使用。此外，《1分钟学营销：故事里的营销学》还可作为培训师和高校相关专业教师培训或授课的辅助资料。

<<1分钟学营销>>

书籍目录

第一章 市场调研美国航空：明确调研的目标凯斯公司：倾听消费者呼声可口可乐：获取第一手资料江崎糖业：寻找市场的缝隙雀巢公司：定位跟着调研走宝洁公司：安卡普林的教训肯德基：北京首家店的诞生娃哈哈：成功就在市场一线约翰逊：为黑人开发化妆品知识链接第二章 产品策略普拉斯：把产品组合起来营销多川博：从做雨衣转为做尿垫麦考尔：发现事物的市场价值可口可乐：性感的曲线玻璃瓶蒙牛乳业：小提手带来大飞跃亨特公司：巡回甄选玩具作品向上科技：小改良造就大产品万宝路香烟：每盒减少一支烟颜色的魅力：为产品变换色彩婴儿手足印：为宝宝留下记录猫窝过滤器：问题中发现商机知识链接第三章 服务策略麦德龙：增加服务的附加值海底捞：将服务细节做到位沃尔玛：三米内对顾客微笑麦当劳：满足顾客潜在需求奥达克余：35次紧急电话万豪酒店：快速退房的服务家得宝：顾客永远是正确的改变颜色：超越顾客的期望尊重乞丐：对顾客一视同仁真挚道歉：用微笑打动顾客提前营业：真诚替顾客着想独特卖点：30分钟送货上门针对服务：让孩子制造玩具知识链接第四章 品牌策略耐克：品牌塑造从名字开始奔驰：用好质量造就好品牌麦当劳：让品牌更加年轻化诺基亚：“科技，以人为本”屈臣氏：用自有品牌创佳绩马自达：将技术与品牌融合金六福：让文化与品牌齐飞凯瑟琳：只卖最新鲜的食品高露洁：以传播知识宣传品牌劳斯莱斯：适时实施品牌再造宛西制药：全力打造仲景品牌北冰洋食品：维尔康商标之困知识链接第五章 价格策略安利：先扬后抑促销售大荣：商品丰富且价廉格兰仕：掀起降价风暴沃尔玛：天天都是平价奥斯登：价格变动策略曼谷珠宝：抬价抬身份洛阳陶瓷：限量保价格森元二郎：高价引顾客岛村芳雄：成本价销售西部航空：优惠条件多伏特加酒：抬价抬品质银座百货：1折的奥秘知识链接第六章 渠道策略乐百氏：走特许加盟之路喜力：KTV里开辟新天地美格：扁平化的营销渠道松下：改变思路走出困境美扬：多管齐下开拓渠道美心：跨越终端直做社区老字号：集体在网上开店可采：以小贴大，迅速入市美的：送经销商去上MBA 83饮料企业：与渠道实现双赢通口浚夫：运用三角经营法知识链接第七章 促销策略掌控：抓住顾客三种心理馈赠：让儿童尝到口香糖免费：打开市场的好方法改变：要把锤子交给客户称量：“添”比“去”好柯达：牺牲相机成就胶卷吉列：两步妙棋称雄市场沃尔玛：采取针对性促销王老吉：正话反说的魅力宝丽来：大海上演救人秀《智慧》杂志：设计层层谜团德裕商场：附赠的团拜会丝宝集团：重视市场终端名人效应：巧用相同姓名发问技巧：会用封闭问题知识链接第八章 广告策略大众汽车：“次品”不次洁具公司：善用“巧合”櫻桃园：利用稻草人巧代言波司登：借助名胜提升名气纳爱斯：甩出手中的情感牌麦当劳：无声胜有声的广告高露洁：侧面打入日本市场鹤鸣鞋店：设置悬念吸引人柯达公司：插入式广告策略报纸与电视：到底孰轻孰重喜力啤酒：全方位地做广告作家毛姆：征婚宣传来卖书足球厂商：广告做到法庭上宝洁公司：改变消费者观念奔驰汽车：让司机得到实惠洛腾口香糖：利用明星效应正章 洗染店：巧用数字谐音知识链接第九章 人员推销试用：让产品自己“说话”到位：提供最优质的服务目标：选准你的推销对象位置：因地制宜的生意经卖点：了解所推销的产品思考：总会有更好的办法速度：先人一步占领市场调查：准确锁定目标客户诚信：最基本的商业原则观察：发现潜在的市场机会说服：亮出自己的优势所在坚持：成功推销的真正秘诀角度：从另一个方向看问题微笑：推销员的第一张名片倾听：谈顾客感兴趣的话题情感：满足顾客的情感需要知识链接第十章 营销方式茅台：摔出的世界名酒海尔：开出“小康专列”富亚：老板亲自喝涂料兰丽：用故事打动顾客蒙牛乳业：为中国喝彩宝洁：用概念营销树立品牌海尔：搭上网络营销的快车伊利：带着“昭君”回故里百事可乐：用公益树立形象农夫山泉：差异化彰显个性联碳公司：飞来的免费广告烟台啤酒：免费喝酒获大奖格兰仕：非典时刻，非常营销可口可乐：在网上与火炬同行安利纽崔莱：用体育营销品牌上汽通用五菱：深入农村市场知识链接第十一章 营销创新找联系：种树种出来的客源多想想：从问题中寻找创新联想法：从普通现象中创新色彩论：橘黄色的色彩设计西铁城：飞机上扔出的名表宜家家居：让顾客免费过夜餐厅影院：走在传统的对面日伊百货：一天的两种面孔创意广告：让女人戴上男帽三越百货：美女招来的生意伊仓产业：中药店里开茶馆哈罗啤酒：于连引发的创意东方咖啡：饭店后面有菜园马氏公司：巧克力冷藏再吃“彩票”效应：参与的结果知识链接

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>