

<<营销2.0最佳实践>>

图书基本信息

书名：<<营销2.0最佳实践>>

13位ISBN编号：9787121114106

10位ISBN编号：7121114100

出版时间：2010.8

出版时间：电子工业出版社

作者：Sandy Carter

页数：360

译者：凌凤琪

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>

<<营销2.0最佳实践>>

内容概要

IBM全球副总裁Sandy Carter力作。

以全球化的视角解读品牌运营、产品推广的营销组合方案，提出了ANGLES法则制胜之道；以大量翔实、第一手的案例，分析了营销2.0时代的最佳实践方案。

对如何在Web新时代，完美利用新技术和传统市场手段进行整合营销做了细致、深入浅出的分析。

本书适合所有从事营销、网站运营的人员，IT专业人士、产品经理，以及对市场营销、新技术发展有兴趣的读者。

<<营销2.0最佳实践>>

作者简介

<<营销2.0最佳实践>>

书籍目录

第0章 绪论第1章 在全球化时代中倾听和分析第2章 市场细分实践：北电案例第3章 全球化：联想、Google、联合利华和IBM第4章 在正确的地方，做正确的事第5章 相关性和角色：Forrester的研究第6章 轻量级品牌传播：EepyBird、可口可乐公司以及曼妥思第7章 企业社会责任：IBM的绿色项目以及Marks & Spencer公司第8章 突破阻挠第9章 影响者的价值：来自IBM的案例第10章 新的方式第11章 渠道社区化：OMG,Adobe , Rubicon咨询和哈雷-戴维森案例第12章 虚拟环境：可口可乐公司和IBM第13章 Widget：Widget在IBM的应用第14章 博客：中西部航空公司和IBM第15章 严肃游戏：IBM Innov8第16章 钱——眼见才为实：与Google、营销领导力理事会和营销NPV之间的讨论第17章 创新、互动和商业成果：阿迪达斯集团，ConAgra食品和Tellabs第18章 营销仪表盘：IBM Cognos第19章 令人震惊的世界变化第20章 技术制胜：IBM , Staple , Dell和My Virtual Model第21章 端到端案例：IBM WebSphere和SOA议程，Prolifics和Ascendant Technology第22章 十大“不要”和未来的营销组织

<<营销2.0最佳实践>>

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>