

<<打破僵局>>

图书基本信息

书名：<<打破僵局>>

13位ISBN编号：9787301232828

10位ISBN编号：7301232829

出版时间：2013-12-1

出版时间：北京大学出版社

作者：惠特尼·凯斯

译者：侯景华

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>

<<打破僵局>>

内容概要

商业巨头和小商贩之间有共同点吗？

也许你的第一反应是他们几乎没有相同之处，然而事实并非如此。

当今社会竞争激烈，企业的大小已经不再重要，任何企业的成功都可以归结为五点：策略、故事、优势、诚信和速度。

本书作者惠特尼·凯斯以全球性的视角为商业领域带来了普遍通用的营销方法。

传统的营销技巧加上新兴的社会化媒体工具，能够帮助读者抓住手边的机遇，提高市场占有率，增加顾客对品牌的忠诚度，获得更大的收益。

凯斯采访了很多知名大公司（如阿拉斯加航空公司、星巴克）的高级管理人员和其他组织的负责人，以及成功企业家等，挖掘了他们背后的成功故事。

阅读这本书，您将学到：

如何移除阻碍企业发展的障碍和挑战；

如何发现被忽视的市场机遇；

如何将想法转化为行动，定制适合客户的市场计划等。

<<打破僵局>>

作者简介

惠特尼凯斯，国际演讲家，市场营销专家，战略传播教授。

二十多年以来，她帮助众多企业组织和个人获得了成功。

凯斯曾任微软集团高级营销经理、美国运通公司战略顾问。

供职于微软时，她负责全球市场营销，包括Office 2000的发布，创立微软第一个慈善项目潜力无限等

。现在，凯斯管理着一家咨询公司，并在西雅图大学战略传播专业任教。

<<打破僵局>>

书籍目录

第一部分 总体战略精心规划，取得成功

第一章 事分轻重缓急

愿景

使命

价值观

目标

目的

SMART目标

目标与目的相结合

梦想与目标的区别

创作人士同样需要目标

常见问题

积极主动与消极被动

把握时机

使用计分卡

分清轻重缓急

第二章 绘制成功蓝图

步骤一：抓住事实

步骤二：进行分析

步骤三：深入挖掘

多久进行一次SWOT分析？

第二部分 打造品牌抓住举足轻重的客户

第三章 打造自主品牌

第一步：列出品牌属性

第二步：创建品牌形象

第三步：创立传播框架

第四步：创建一套多媒体品牌化指南

第四章 寻找合适市场

目标市场和特定市场

创建顾客群

顾客关系管理

如何取得目标市场信息？

没有市场怎么办？

或者想改变目标市场该怎么办？

为特定市场量身定制营销活动

特定市场的利与弊

第三部分 取己之长广而告之，事半功倍

第五章 影响客户

需要更多客户吗？

维持现有客户

关系循环

<<打破僵局>>

“良好的”关系是什么样的？

培养贵宾顾客
与客户建立更牢固的联系
口碑传播的营销
第六章 塑造强有力的伙伴关系
建立伙伴关系的好处
合作关系、战略联盟，还是通力协作？

标兵网络公司
格雷格·库切拉画廊
合作关系中该寻求什么
阿拉斯加航空公司第一条鱼
何处寻找合作伙伴
与竞争对手合作
年轻的科学探索者
第七章 借助媒体和舆论造势
媒体生活体验日
宣传的力量
六月小虫婚礼网站
什么事件具有新闻价值？

怎样宣传？

使用新闻专线服务
滚雪球效应
第四部分 简单明晰计划简单，实施周密
第八章 创建行动方案
结婚就有希望
制订营销计划的五个步骤
Audiosocket公司
第九章 积跬步以至千里
积跬步以至千里慈悲的厨师
衡量有利条件的10种方法
第五部分 保证速度加速实施，果断前行
第十章 迅速取得成果
阿拉斯加航空公司税款减免
毫无进展？

投资回报率和影响力
“隐形的孩子”公司
监督并分析成果
活动调查
最终评定
美国运通公司
后记
索引

<<打破僵局>>

.....
.....

<<打破僵局>>

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>