

<<为全新的中国消费者服务>>

图书基本信息

书名：<<为全新的中国消费者服务>>

13位ISBN编号：9787505858800

10位ISBN编号：7505858807

出版时间：2006-12

出版时间：经济科学出版社

作者：欧高敦 编

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>

<<为全新的中国消费者服务>>

内容概要

在中国这个世界增长最快的市场，一场争夺中国消费者芳心的传奇战争已经打响。

各大公司纷纷投入巨大资源来打造品牌，但却胜败未卜。

在中国，有的消费者已经成为成熟的购买者，而每年还有数千万的新消费者加入这个行列。

他们虽然稍欠经验，但有着同样的渴求。

更深刻地了解中国消费者的差异巨大的需求和多样性，可以使国内外的公司在打造强大、盈利的品牌时处于优势地位。

中国的吸引力不言而喻。

中国拥有一个巨大的第一代消费者群体，是塑造品牌形象的一块白板。

迄今为止，像美国可口可乐和德国奔驰这样拥有极高客户忠诚度的真正的品牌还未出现，这种情况很像19世纪20年代的美国。

当时美国有超过100个汽车品牌在竞争，但只有少数几个最终成为赢家。

<<为全新的中国消费者服务>>

书籍目录

跨国公司高管关注中国：从市场进入到执行能力在中国打造品牌中国偏远地区营销术把脉中国的青少年消费群体中国新兴中产阶层的价值塑造中国的国家居装潢市场：百安居亚洲首席执行官访谈录全球零售业巨头的启示——家乐福中国区总裁施荣乐访谈录在中国开展精益生产给中国开出的一份寿险保单蓬勃发展的中国乳品市场从中国采购的挑战香港劳动力之变局

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>