

<<水平营销>>

图书基本信息

## <<水平营销>>

### 内容概要

- 本书提到：
- ? 是什么创新过程导致加油站里开起了超市？
  - ? 是什么创新过程导致取代外卖比萨服务的冷冻比萨的亮相？
  - ? 是什么创新过程导致巧克力糖里冒出了玩具？
  - ? 是什么创新过程使得上班的女士们能够将酸乳搁进袋里带到办公室？

本书阐明了相对纵向营销而言的水平营销的框架和理论。

引入横向思维来作为发现新的营销创意的又一平台，旨在获得消费者不可能向营销研究人员要求或建议的点子。

而这些点子将帮助企业在产品愈加同质和超竞争的市场中立于不败之地。

本书给出了水平营销方法的基本理论架

## <<水平营销>>

### 作者简介

菲利普·科特勒 西北大学凯洛格管理学院国际营销学的杰出教授，被誉为“现代营销学”之父，著有25本书，包括《从A到Z的营销灵感》，曾担任过IBM，美洲银行，通用电气，AT & T等多家大型企业和机构的顾问。

科特勒创造了完整的营销理论，培养了一代又一代美国大型公司的企业家。

在美国超大型跨国企业的成长中，科特勒作出了巨大贡献。

费尔南多·德·贝斯 Salvetti & Lombart 公司的创办人和合伙人。

该公司是一家专门为如PepsiCo、索尼、惠普、麦肯锡、雀巢、佳能等跨国客户提供

## <<水平营销>>

### 书籍目录

引言第 1 章 市场的演变与动态的竞争在包装商品领域，集中销售急剧增长竞争者减少，品牌数量剧增产品生命周期大大缩短更新比维修便宜数字技术引发了多个市场的革命商标数与专利数迅速上升特定产品花样翻新速度惊人市场极度细分广告饱和至极以及媒体的细分化使得新产品推介越来越复杂消费者变得越来越难打动结论：市场竞争日趋激烈结语第 2 章 传统营销思维的优势与劣势需求分析是起点市场界定作为竞争策略的市场细分与定位营销组合的形成：所见即惟一结语第 3 章 源自特定市场内部的创新：最为普遍的

<<水平营销>>

媒体关注与评论

“现代营销学”之父菲利普·科特勒最具创新之作      营销理念的最新突破      争夺客户的制胜利器      营销创新的全新攻略

<<水平营销>>

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>