

<<跟德鲁克学营销>>

图书基本信息

<<跟德鲁克学营销>>

内容概要

《跟德鲁克学营销》是唯一一本德鲁克管理大师关于营销哲学的系统著作，它非常难得地从独特视角解读德鲁克这位20世纪最有影响力的商业思考者的核心思想，为营销专业人员以及德鲁克追随者提供了更好的阅读价值。

德鲁克希望经理人把营销视为发现最佳机遇、指导企业运作过程中的重要推动力。他批判了“营销只是广告和销售”、“营销只是处理好产品、价格、渠道与促销”的观点。他认为所有这些只是重要的战术性工作，一个公司营销人员必须承担起更加基础性的工作，比如市场细分、锁定市场动态发展与市场定位。即便这些也代表不了营销的全部内涵。

成功的公司就是这样看待营销的。
在这些公司中，营销是驱动力。
通过创造价值、宣传价值、传递价值来赢得客户、留住客户并拓展客户是其首要的任务。
科恩在《跟德鲁克学营销》中也详尽地展示了德鲁克关于营销的一切智慧。

<<跟德鲁克学营销>>

作者简介

<<跟德鲁克学营销>>

书籍目录

中文版序

序

导言

第一部分

营销与管理

第1章 营销是企业一切业务的基础

第2章 企业的宗旨不是赢利

第3章 营销与创新是企业的灵魂

第4章 德鲁克的营销观

第5章 领导者必备的营销8项原则

第二部分

营销与创新

第6章 7个创新之源

第7章 需求驱动型创新

第8章 供给驱动型创新

第9章 德鲁克的创业式营销

第三部分

营销与销售

第10章 预测未来的最佳方式就是创造未来

第11章 明确具体的目标和使命

第12章 制定营销战略过程中的新因素

第13章 舍弃与成功

第14章 营销与销售有可能是对立的

第四部分

营销与经营

第15章 调研的重点是客户的需求点在哪里

第16章 动态地分析人口学特征

第17章 时机不是一切，它就是唯一

第18章 如何避免重大失败

第19章 影响营销的5个致命过失

第20章 从客户出发的定价策略

第五部分

营销与职业精神

第21章 客户驱动的质量观

第22章 正直是营销的关键

第23章 警惕“专业杀手”

第24章 为什么贿赂顾客行不通

第25章 跟着德鲁克看未来

<<跟德鲁克学营销>>

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>