

<<营销实战谋略阵地战>>

图书基本信息

书名：<<营销实战谋略阵地战>>

13位ISBN编号：9787508719504

10位ISBN编号：7508719506

出版时间：2008-1

出版时间：刘登阁 中国社会出版社 (2008-01出版)

作者：刘登阁

页数：202

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>

## <<营销实战谋略阵地战>>

### 内容概要

阵地战原指军队在相对固定的战线上，进行阵地攻防的一种作战形式，包括坚固阵地攻防作战，野战阵地攻防作战，城市和海岸、海岛的攻防作战等。

依据攻防不同，可分为进攻阵地战和防御阵地战。

战场上最刺激、最壮烈的场面就是在阵地战中双方刺刀见红的对攻过程。

同样，在现代企业竞争中，最直接的、能够分出输赢的打拼，就是企业之间面对面的营销阵地战。

将古往今来的战争理论运用到现代企业竞争中目前已经成为一种趋势，而企业的“前线”——营销，更是需要科学的战略战术。

只有这样，才能击溃对手，使自己赢得更大的市场份额。

当然，军事上的阵地战和营销阵地战还是有区别的。

战争是为了打败乃至消灭敌人，夺取、占领敌方的阵地，而营销战则是为了扩大产品在市场中的份额，提升企业的知名度和美誉度，获得消费者的认可。

其实，从西方现代企业管理和营销来说，这一百多年来对企业管理和营销贡献最大的不是企业家，不是商学院，而是军队、军校。

一方面，现代企业管理从军队管理中借鉴、汲取了许多营养；另一方面，现代企业管理中的许多方法与原则本来就取自军队。

特别是两次世界大战后，军队的管理为现代企业组织管理提供了非常好的理论、实践和准备。

<<营销实战谋略阵地战>>

书籍目录

前言第一章 营销阵地战：强者的逻辑 一、市场营销的阵地战时代 二、阵地战的进攻手段 三、阵地战的进攻策略 四、保持持续有效的进攻力第二章 营销阵地战：构筑攻击对手最有效的阵地 一、没有阵地就没有实力 二、寻找并守住自己的阵地 三、占领阵地的最佳位置 四、打赢阵地战的关键是“三气”第三章 营销阵地战的双刃剑：进攻与防御 一、塑造与复制进攻对手 二、进攻中的防御策略 三、偏离进攻方向的危害 四、智谋是出奇制胜的关键 五、阵地防御战要与进攻相结合第四章 阵地战的最高形态：决战 一、决战前的两手准备 二、固守关系企业存亡的阵地 三、上甘岭战役的启示 四、宜将胜勇追穷寇第五章 后阵地战：用进攻代替防守 一、进攻才是最好的防御 二、随时准备迎接潜在对手的挑战 三、创新是企业发展的保障 四、企商及企业的战斗力 结语 营销阵地战的境界

## <<营销实战谋略阵地战>>

### 编辑推荐

阵地战原指军队在相对固定的战线上，进行阵地攻防的一种作战形式，包括坚固阵地攻防作战，野战阵地攻防作战，城市和海岸、海岛的攻防作战等。

依据攻防不同，可分为进攻阵地战和防御阵地战。

战场上最刺激、最壮烈的场面就是在阵地战中双方刺刀见红的对攻过程。

同样，在现代企业竞争中，最直接的、能够分出输赢的打拼，就是企业之间面对面的营销阵地战。

将古往今来的战争理论运用到现代企业竞争中目前已经成为一种趋势，而企业的“前线”——营销，更是需要科学的战略战术。

只有这样，才能击溃对手，使自己赢得更大的市场份额。

当然，军事上的阵地战和营销阵地战还是有区别的。

战争是为了打败乃至消灭敌人，夺取、占领敌方的阵地，而营销战则是为了扩大产品在市场中的份额，提升企业的知名度和美誉度，获得消费者的认可。

其实，从西方现代企业管理和营销来说，这一百多年来对企业管理和营销贡献最大的不是企业家，不是商学院，而是军队、军校。

一方面，现代企业管理从军队管理中借鉴、汲取了许多营养；另一方面，现代企业管理中的许多方法与原则本来就取自军队。

特别是两次世界大战后，军队的管理为现代企业组织管理提供了非常好的理论、实践和准备。

<<营销实战谋略阵地战>>

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>