

<<聚合营销>>

图书基本信息

书名：<<聚合营销>>

13位ISBN编号：9787800737176

10位ISBN编号：7800737179

出版时间：2003-08

出版时间：中信出版社

作者：[美]维查·玛哈简

页数：324

字数：297000

译者：解杜娟等

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>

## <<聚合营销>>

### 内容概要

今天，我们进入了“半人马”时代。

消费者的行为跨越了多个渠道。

他们把人类从古至今的需求和行为与新兴的网络行为结合在一起，就像古希腊神话中的半人马，用新科技武装的四肢飞快地奔跑，而胸膛里跳动的却是同样古老而不可预测的人类的心脏。

这种消费者的行为混合了传统的和数字化的、理性的和感性的、虚拟的和现实的因素。

这种消费者并不是二者之一，而是它们综合的产物。

本书主要着眼于由综合型消费者的出现而形成的长期商业机会，以及各公司怎样将这些商业机会转化为资本，从一定较宽广的视角揭示了“半人马”型消费者对企业战略、组织结构，以及市场营销所产生的战略性影响。

<<聚合营销>>

作者简介

约瑞姆·杰瑞·温德，营销学专家；美国沃顿商学院营销系主任，沃顿学会电子商务项目的创始人，被誉为“沃顿的思想战车”；SEI管理学高级研究中心的创造人兼董事；全球最著名的营销学作家之一。

温德先生还在众多行业中担任各大国际知名公司的资深顾问。

<<聚合营销>>

书籍目录

引言：与“半人马”并驾齐驱第1篇 了解“半人马” 第1章 “半人马”苏醒了 第2章 “半人马”的真面目第2篇 驾驭聚合的5个C 第3章 客户化营销方面的聚合 第4章 社区方面的聚合 第5章 渠道方面的聚合 第6章 竞争价值的聚合 第7章 选择的聚合第3篇 掌握聚合营销 第8章 转换营销 第9章 聚合营销战加重第4篇 组织的聚合性转变 第10章 设计聚合型组织 第11章 聚合性转变 第12章 结束篇

#### 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>