

<<未来营销>>

图书基本信息

书名：<<未来营销>>

13位ISBN编号：9787801477392

10位ISBN编号：7801477391

出版时间：2002-08

出版时间：企业管理出版

作者：乔伊.马可尼

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>

<<未来营销>>

内容概要

《未来营销》反映的是大众营销。

大众媒体。

大众沟通方面发生的变化。

每一位消费者都有自己的口味。

影响或者购买力。

大众市场由不同的细分市场组成，他们不再只是被简单地分为男人和女人、高中低收入者、自由派或保守派、北方人或南方人。

今天的市场包括众多独特的要素，使得营销者必须比以前更迅速和更有效地定义目标细分市场，并描述其各自的偏好。

不过，营销人员首先必须理解那些新市场的组成和心理特点。

本书还考虑到新兴媒体对于营销的影响，从交互技术到邮政服务、个人电脑、有线电视、电视购物、促销、杂志和magalogs。

现在它们都由于其各自的特点受到营销人才的青睐。

本书旨在描述市场的概况，并描绘整个目标细分市场的特点，给业者提供市场的一个路径图。

新的市场正在开拓，是加入其中，还是蜷身而退 - - 尽在《未来营销》，它会给你答案。

<<未来营销>>

书籍目录

第一部分 满足市场

第1章 对不同受众进行大众营销

第2章 细分市场 理解人口统计变量和心理变量

第3章 研究和技术

第二部分 对不同代人的营销

第4章 细分市场 对不同代人的营销

第5章 对婴儿潮一代的营销

第6章 对X一代的营销

第7章 对Y一代的营销

第8章 对年长者的营销

第三部分 未来和现在的营销

第9章 周期、潮流和好的想法

第10章 成功的品牌战略

第11章 未来营销案例

第12章 21世纪的媒体

第13章 下一步做什么？

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>