

<<营销新菜单>>

图书基本信息

书名：<<营销新菜单>>

13位ISBN编号：9787801839640

10位ISBN编号：7801839641

出版时间：2008-1

出版时间：航空工业

作者：袁岳

页数：179

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>

## <<营销新菜单>>

### 内容概要

当今，企业经常苦于没有新方法应对日益变化的市场，没有新思路捕捉消费者。

《营销新菜单》将为您打开思路。

《营销新菜单》并不是营销的锦囊妙计，而是教您想出锦囊妙计的方法。

将围绕着配合营销、体验营销、文化营销、社会营销和运动营销向您展示千变万化的营销世界。

《营销新菜单》有助于企业全面理解营销体系和思维方法，提升企业营销绩效。

适合企业经营管理人员、大中学生和相关研究人员阅读。

<<营销新菜单>>

作者简介

袁岳，零点研究咨询集团董事长。

清华大学公共管理学院、南开大学国际商学院、北京师范大学管理学院等高校兼职教授。

欧洲民意和市场研究协会（esomar）、美国营销协会（ama）会员。

北京科技咨询协会副理事长。

社会活动家。

不仅广泛参与国内政策、学术和企业管理论坛，同时也为哈佛大学费正清中心、美国卡内基国际和平中心、美中关系全国委员会、美中贸易全国委员会等机构提供讲题。

1985年毕业于南京大学法律系。

1988年获免试推荐进入重庆西南政法学院攻读硕士研究生。

获哈佛大学公共管理硕士、北京大学社会学博士学位。

1965年生于江苏省大丰县。

1992年创办零点调查公司，2000年创办前进策略和指标数据，2003年创办远景投资。

在他的领导下，零点研究咨询集团成为了本土市场和社会研究咨询领域的著名品牌。

## <<营销新菜单>>

### 书籍目录

序言第一章 配合营销一 绝配致胜：针对共享消费者的配合营销二、照人的活法去买卖——与消费者生存状态相配合的营销模式三 文化敏感度决定市场成败——跨行业思维的产品研发路线四 内在驱动与外部形塑：启动蓝领消费中的配合营销五 零点明星景气指数指标体系：实现代言人与品牌的“绝配”六 品牌配合营销：噱头？

还是品牌再锻造之路？

企业自测题第二章 体验营销一 体验营销：更贴近顾客的营销方式二 SHUP模式：体验营销灵魂三 产品研发：不要小气消费者的颜色心理四 营销新趋势——以“靚”动心、五 视觉说服：赢得“寻Cool一代”六 体验或销案例企业自测题第三章 文化营销一 文化营销的基本含义二 消费文化的三大特征及在文化营销中的应用三 以文化为核心的营销研究四 文化营销的案例第四章 社会营销一 社会营销的魅力二 从事负责任的商业三 社会营销案例企业自测题第五章 运动营销一 “运动化价值观”的营销意义二 运动：第五媒体三 城市居民运动化程度大幅提升企业自测凸题

#### 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>