

<<可口可乐不规则营销>>

图书基本信息

书名：<<可口可乐不规则营销>>

13位ISBN编号：9787806992753

10位ISBN编号：7806992758

出版时间：2004-10-01

出版时间：哈尔滨出版社

作者：理查德·洛威尔

页数：200

字数：240000

译者：龙文元

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>

<<可口可乐不规则营销>>

内容概要

营销就是解决竞争，而营销又是竞争的产物。

营销一定要站在竞争的角度思考问题，然后找出有效的竞争方法。

所以，营销的本质就是解决竞争，生产消费者喜欢购买的产品，打败对手。

很多公司的竞争核心，不是技术，不是资金，不是所谓的战略管理，也不是所谓的流程管理，而是营销。

可口可乐的百年营销史可以说就是寻求竞争与追求垄断之间的平衡史。

然而其追求伟大的过程并不是一帆风顺的，是通过慢慢摸索才成长起来的。

<<可口可乐不规则营销>>

书籍目录

第一章 营销的革命 1 营销，还是销售 2 借力体育杠杆 3 本土化攻略第二章 品牌缔造 1 绝对的百年品牌 2 特许经营之道 3 红色森林的延伸第三章 新殖民扩张 1 先驱还是海盗 2 谁在价值链上跳舞 3 掌控绝对终端第四章 竞争无极限 1 “无处不在”攻略 2 与消费者零距离 3 跑马圈地“对着干”第五章 打破一切常规 1 塑造全新形象 2 永远的可口可乐 3 “把可口可乐还给我”第六章 危机治理 1 应对“形象危机” 2 一分钟也不能忽视 3 公司成长的必修课第七章 人本营销 1 公司主业：培训 2 要么晋升，要么出局 3 向市场一样做人第八章 可口可乐未来路 1 打造成本优势 2 领先渠道管理 3 塑造一个确定的未来可口可乐大事记译后记

<<可口可乐不规则营销>>

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>