

<<成功营销者都做了些什么>>

图书基本信息

书名：<<成功营销者都做了些什么>>

13位ISBN编号：9787811225570

10位ISBN编号：7811225573

出版时间：2009-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：汪向勇，刘长松 著

页数：191

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>

<<成功营销者都做了些什么>>

前言

如果我们把互联网出现前的营销时代称为经典营销时代，会发现那时候基本上无论我们多么创新，都还是在菲利普·科特勒先生描述的营销活动中进行的创新。

管理大师德鲁克说，一个企业要努力做好的只有两件事情：创新和营销。

随着网络时代的到来，对当今中国企业来说，一个企业要做的似乎只有一件事情：创新营销。

社会分工日益细化，自从能够“买一条生产线”开始，制造能力已经不能够再构成牢不可破的壁垒，营销遂成为企业竞争的“各显神通”之地。

营销对于企业而言，意味着实现产品价值的“惊险跳跃”，如果跳不过市场的壕沟，摔坏的不是产品，而是产品的所有者——企业。

中国很快从计划经济时代大家都不懂营销的阶段进入目前的过度营销阶段，过度营销的结果是市场噪声虽大，消费者对营销对象的敏感度和信任度却在下降，这更加增加了营销的难度和成本。

显然，创新营销是一个重要法宝。

创新不仅能够满足客户的不断变化的需求，而且能够创造新的市场需求。

中国的企业必须进行营销创新，源于以下三点：第一，中外营销环境的巨大差异性，中国由计划经济转变而来的市场环境和国外有很大的差别；第二，在国际上，中国企业实力还很弱小；

第三，中国消费者的消费行为有着非常大的特殊性。

这三大差异既给中国企业提出了必须创新的要求，也提供了创新的机会。

<<成功营销者都做了些什么>>

内容概要

任何两家企业所走的路都不会完全相同，但它们获得了同样巨大的成功。在他们纷繁的色彩背后，是否会有一些相同的线在牵引？

答案是肯定的，那一条同质的线就是创新营销！

任何企业的发展都是通过营销的成功来最终实现的，而营销又总处于不断的发展变化中，所以无论曾经多么成功的企业，一旦营销模式落后于社会发展，都必将走向灭亡，而那些能够始终走在最前沿的成功企业，在营销上必有新奇之处。

任何两次营销都会面对不同的环境与挑战，而成功的营销都必有自己的独到之处，但无论哪家企业的任何一次成功营销，都必脱离不了这两个字——创新。

来自IBM、GE、宝洁、Johnnie Walker、蒙牛、王老吉、云南白药、腾讯等17家著名企业精准营销案例剖析……本书将这些国内外著名企业集于一册，在为读者介绍它们的发展背景的同时，更着重于各大企业近年来取得成功的营销策略，在为这些企业鼓掌的同时，深入浅出地分析其创新之处，总结营销创新规律，以慰读者渴盼之情。

<<成功营销者都做了些什么>>

作者简介

汪向勇，资深媒体人。

曾经担任《首席市场官》杂志出版人兼总编辑，计算机世界传媒集团资深记者。

资深营销顾问。

连续组织策划“中国精准营销高峰论坛”，成为中国“精准营销”的发轫人和推广人。

联合中国工业设计协会、北京工业设计中心。

组织实施了“风尚中国卓越设计大奖”评选。

为中国营销人群搭建平台，组建TCMO俱乐部，组织了“中国CMO年会”等活动。

营销咨询、培训师。

在媒体、公关、市场营销和人力资源领域有丰富资源。

为奥迪奥运火炬上珠峰活动提供创意策划。

先后为联想、东软、太古地产、日立电梯、神龙汽车、ABB、BP、IBM、华展宝马、华旗等著名企业提供培训服务。

作家。

著有IT产业写实小说《逃往中关村》，是国内首部反映IT产业发展和创业者经历的小说；小说《水魅》获新浪杯第二届华语原创文学大奖。

关于企业人力资源管理和求职者指南的专著《人在企业》入选当年最佳50部本土管理图书。

<<成功营销者都做了些什么>>

书籍目录

编辑手记序营销必须创新Adida Y-3的定位与营销 创新案例：跨界而来 案例评析：“梦魇”因何而成GE“绿色创想”概念 创新案例：想象力+环境科技 案例评析：“绿色”真谛联想 忘掉营销而营销 创新案例：忘掉营销 案例评析：改变理念云南白药 牙膏创新诉求点 创新案例：以医药之身走进日化行列 案例评析：创新制造奇迹果维康 打造非竞争市场 创新案例：打造果维康，从幕后走上前台 案例评析：反向思维，跳出“红海”王老吉 老树发新芽 创新案例：围绕品牌，寻求突破 案例评析：顺势而行，创造新生动感地带 寻找共同DNA 创新案例：与NBA共享新鲜时尚 案例评析：1+1>2宝洁 联合开发 创新案例：突破“高墙” 案例评析：联合创造新生Johnnie Walker 暗市营销 创新案例：黑暗之中破冰而出 案例评析：以破冰之锤敲碎黑暗莱茵阳光 全透明营销，逆风飞扬 创新案例：打破常规，跑步前进 案例评析：发展源于创新马自达6 逆势上扬的秘诀 创新案例：2008，逆势在中国 案例评析：领先市场才能领导市场中华英才网 将长板加长 创新案例：发现长板，开拓蓝海 案例评析：将长板加长，以创新获胜腾讯 完美互动创新营销 创新案例：创新全景式网络营销 案例评析：新手段，新收获诺基亚 森林王国的“神话” 创新案例：移动网络+《神话》 案例评析：精准和互动的销售力蒙牛“公益心”营销 创新案例：用公益制造品牌 案例评析：公益心成就卓越身招商银行 二十载牵手 创新案例：共赢二十载，伙伴一生情 案例评析：整合就是创新凯迪拉克 性感是种品位 创新案例：《梦断牛仔》性感呈现 案例评析：性感是一种创新跋 创新才有未来

<<成功营销者都做了些什么>>

章节摘录

Adida Y-3的定位与营销 公司背景：揭秘Y-3 阿迪达斯当然是无人不知、无人不晓。这个国际体育用品界的庞然大物，旗下拥有众多畅销全世界的品牌，运动鞋更是其中佼佼者。Y-3则是阿迪达斯运动品牌与时尚时装大师山本耀司合作的“混血儿”。因此，要想了解神秘而唯美的Y-3，就先要来看看其名扬世界的“父母”。

阿迪达斯（Adidas）由阿道夫·达斯勒（Adolf Dassler）与鲁道夫·达斯勒（Rudolf Dassler）两兄弟共同创立。

在1920年，达斯勒兄弟只是两个小鞋匠，经过近30年的奋斗，1948年，“Adidas”商品品牌才正式问世，而此前兄弟二人刚刚分道扬镳，哥哥鲁道夫·达斯勒离开创立了另一品牌彪马。

翌年，现在世人所熟知的三线商标出炉。

拥有运动员身份的阿道夫·达斯勒熟知运动员的需求，因此，他精巧的手艺和发明天才在运动产品上得以充分发挥。

他一生中，发明了七百多种与运动有关的专利产品，从而为Adidas体育用品王国的建立奠定了基础。

虽然，世界著名运动员每每穿着达斯勒制造的运动鞋在世界大赛上获得殊荣，令Adidas品牌的名气在国际体坛渐渐响亮，但真正令Adidas走向世界、享誉全球的是其长子Horst Dassler。

Horst Dassler是位行销和大众传播天才。

他懂得促销活动对于建立运动品牌形象的重要性。

1956年，他亲自出马到澳洲墨尔本举办的奥运会上促销Adidas品牌，创新的点子使他成为了现代运动行销的鼻祖。

随着全球行销网络的持续设立，Horst Dassler终于将阿迪达斯的“三线商标”矗立在了运动品牌商标的最高峰。

.....

<<成功营销者都做了些什么>>

编辑推荐

来自IBM、GE、宝洁、Johnnie Walker、蒙牛、王老吉、云南白药、腾讯等17家著名企业营销创新案例剖析..... 企业营销创新经典案例分析 分享IBM、GE、宝洁、蒙牛、王老吉、云南白药等知名企业创新案例 营销专业人士必备实战手册 为什么连见多识广的影视明星都用梦魇来形容Y-3?

为什么GE能让绿色环保成为它赚钱的利器?

为什么云南白药牙膏30块钱依然卖得火爆?

为什么石药集团能把维生素卖到超市里?

为什么来自森林王国的诺基亚能成就电信神话?

为什么这些企业能在营销上战胜对手, 赢得消费者青睐?

想知道答案吗?

<<成功营销者都做了些什么>>

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>