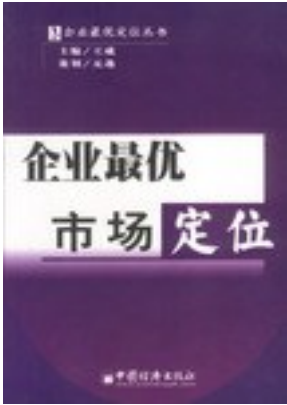


企业最优市场定位



[企业最优市场定位 下载链接1](#)

著者:吴岩

出版者:中国经济出版社

出版时间:1996-12

装帧:平装

isbn:9787501754496

事事必定位，时时须定位。
本套书给你一个全新的思路和务实的行动框架，更重要的是，它也许会丰富你的“知识结构”，让你用更前瞻、更宽广的视角去审视“定位”的问题。定位具有战略高度，在定位时，必须高标虑远，具有清晰的脉络和广阔的思维空间。但在这套丛书里，你还会发现实用的定位技术和战术，希望这些智慧的火把能点燃你广衰的创意空间。思考定位，研究定位，强化定位，已经成为中国企业界的自觉意识和重中之重.在

作者介绍:

目录: 第一章 定位：找到消费区间和竞争区间
第二章 细分市场：定位的起点
第三章 打造竞争性的卖点
第四章 定位的DNA：品牌识别
第五章 产品组合的动态优化定位
第六章 口碑延伸：定位的疆界

第七章 品牌组合的动态优化定位
第八章 定位的生涯管理
· · · · · (收起)

[企业最优市场定位_下载链接1](#)

标签

汪汪汪

喵喵喵

企业 市场 定位

评论

[企业最优市场定位_下载链接1](#)

书评

[企业最优市场定位_下载链接1](#)