

战略营销管理



[战略营销管理 下载链接1](#)

著者:马克·E·佩里

出版者:中国财政经济出版社

出版时间:2003-06

装帧:平装

isbn:9787500565215

《战略营销管理》讲述为什么说到可乐，很多人就开始哼唱"always coca-cola"? 为什么说到洗发水，人们就会想起"去头屑的海飞丝"、"柔顺头发的飘柔"? 答案很简单，他们运用了"品牌定位"的营销理论。世界上的品牌如恒河沙数，但真正能在消费者心智中占一席之地的却寥寥无几。事情常常可能是这样：次级的产品可能因为出色的营销战略，充分发挥出优势，创造出广阔的市场、深入人心的知名度；反之，顶级的产品，却因为营销战略不当而错失市场良机。《战略营销管理》讲授了一整套营销理论，作者直指营销核心，针对"设定目标市场"和"品牌定位"两大要素，介绍各种营销方法与技巧：

为产品做出准确的定位，创造出超越竞争者的特色。

进行行之有效的价格与非价格的营销活动。

避免短视的战术决策，建立长期的竞争优势。

分析市场领先者的经验，引导正确的战略思考方向。

培养具有长期价值的品牌内涵，与时俱进地进行品牌管理。

作者介绍:

目录:

[战略营销管理 下载链接1](#)

标签

市场营销

营销

管理

营销战略

營銷

商业

marketing

EMBA

评论

实用，每个点讲到位了

外国的书就是通俗易懂！！

Strategic Marketing

[战略营销管理 下载链接1](#)

书评

[战略营销管理 下载链接1](#)