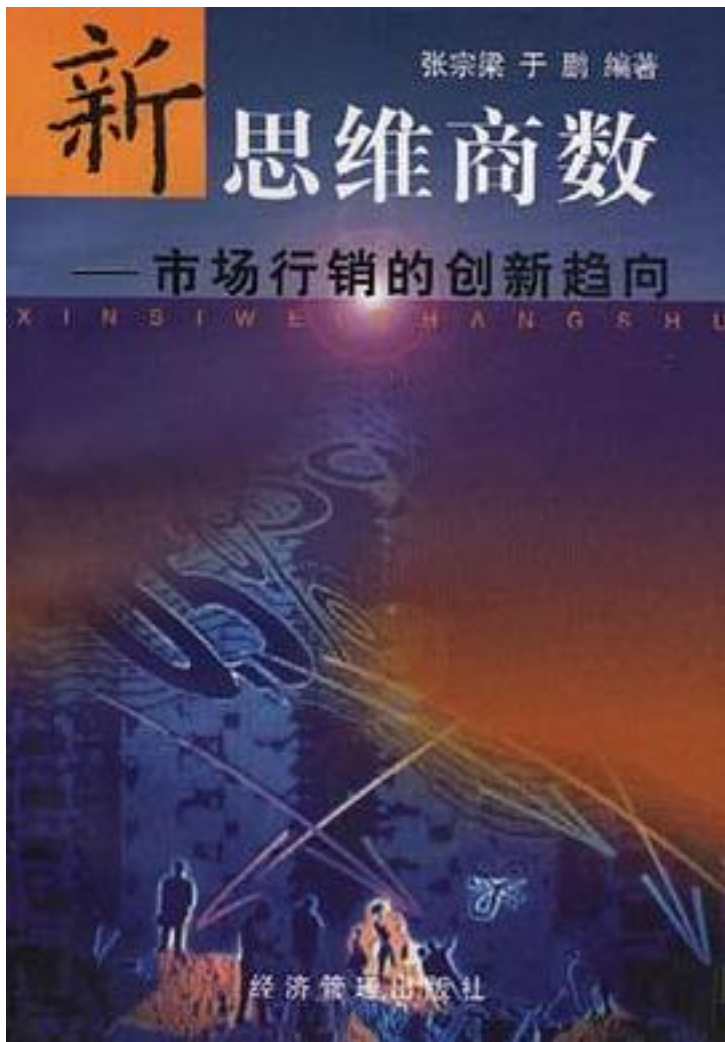


# 新思维商数--市场营销的创新趋向



[新思维商数--市场营销的创新趋向\\_下载链接1](#)

著者:张宗梁

出版者:经济管理出版社

出版时间:1999-04

装帧:平装

isbn:9787801187673

技术行销、绿色行销、全球行销、关系行销、文化行销、品牌行销、服务行销、网络行销、直销、连锁、合作行销……这些东西究竟是词汇的堆砌、概念的卖弄，还是真的确有其事，有自己独到的优势？答案应该是肯定的，接下来就是该如何执行的问题了，本书教你领会、运用这些创新趋势。

作者介绍:

目录: 目录

总论

第一章 行销新理念

第一节 不沉的诺亚方舟：技术行销

一 引言：天杳杳 路悠悠 技术岂肯等闲休

二 难酬商海亦英雄 争渡 唯有技术天际流

三 韶光容易把人抛 追逐 技术行销也堪豪

第二节 挡不住的时代潮：绿色行销

一 引言：市场行销的环境分析（自然环境）

二 壮企有路 明天在我：绿色行销的脚下之路

三 等闲识得商风面 绿色行销总遇春

第三节 从零到无限的历程：全球行销

一 引言

二 带刺的玫瑰：全球行销的风险与奇迹

三 冲锋号在黎明前奏响：全球行销竞争策略

四 高悬“达摩克利斯”之剑：全球行销中的自我保护谋略

第二章 行销新天地

第一节 倚情纵横天地间：关系行销

一 引言

二 奇妙的二重奏：公共关系与行销活动

三 步步为营：关系行销策略与实施

第二节 春风亦度玉门关：文化行销

一 引言

二 在文化中翱翔

三 精品长廊：文化行销案例拾贝

第三章 行销新思维

第一节 无形的财富：品牌行销

一 引言：失落的世界

二 铸造辉煌：名牌战略实施

三 亡羊补牢：走出名牌意识的误区

第二节 无穷的动力：服务行销

一 引言：风暴来临前的反思

二 千里之行始于足下：服务行销策略

三 未雨绸缪：服务行销中的人力管理

第四章 行销新宠儿

第一节 天涯亦能若比邻

一 引言

二 网络大观

三 网上淘金

第二节 成功=他人的产品+自己的品牌：中间商品牌行销

一 引言：但愿人长久 千里共行销

二 千呼万唤始出来 中间品牌行销天地间

三 奇葩独争艳 秀竹共竞春：中间商品牌行销大展鸿图

第三节 直销金三角

一 引言

二 客户探源：直销之本  
三 勇闯红灯区：直销之剑  
四 双赢策略：直销之盾  
第五章 行销新算式  
第一节  $1+1+1+\dots+n=1$ ：连锁行销  
一 引言  
二 连锁行销策略与实施探幽  
三 有中国特色的连锁行销  
第二节  $1+1>2$ ：合作行销  
一 引言：他山之石 可以攻玉  
二 春潮澎湃 润物无声：合作行销的产生发展成长三部曲  
三 卧龙跃马浑不怕，潮涨潮落我逍遥：从串谋来看合作行销  
· · · · · · ([收起](#))

[新思维商数--市场营销的创新趋向\\_下载链接1](#)

标签

转让

评论

转让 见豆列 <http://book.douban.com/doulist/1227842/>

-----  
[新思维商数--市场营销的创新趋向\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[新思维商数--市场营销的创新趋向\\_下载链接1](#)