

行销教战守策



[行销教战守策_下载链接1](#)

著者:陈伟航

出版者:企业管理出版社

出版时间:2003-8

装帧:平装(无盘)

isbn:9787801478221

《行销教战守策》系针对行销的三个重要领域：定位、战略和计划，提供简明、实用和系统的介绍，因此本书共分为行销定位、行销战争、行销计划三篇。本书和传统的行销书籍不同，不在于探讨基本的市场调查，商品开发，定价政策，通路管理和广告宣传等作业理论，而是针对行销的三个重大领域：“行销定位”、“行销战争”和“行销计划”做深入、简明和系统的说明。

本书即是写给企业主管、行销和品牌经理、广告经理、公关经理及其它有志于从事行销工作的人员。本书是作者从事业务、企划、广告、行销和经营管理工作20多年的智能结晶，它结合了欧美最新的行销思潮，辅以台湾本土的市场实例，以“西学为体、中学为用”，为读者提供最佳的行销业指南，在台湾市场不但畅销多时，且被列为行销经典著作。针对行销的三个重大领域：“行销定位”、“行销战争”和“行销计划”做深入、简明和系统的说明。

作者介绍:

目录: 第一篇 行销定位
1 了解消费者心智
2 定位策略
3 再定位策略

- 4 杰出品名学
- 第二篇 行销战争
 - 1 竞争导向的时代
 - 2 防御战法/绝对优势品牌的信条
 - 3 攻击战法/强势品牌的信条
 - 4 侧击战法/弱势品牌的信条
 - 5 游击战法/劣势品牌的信条
 - 6 战略与战术/行销主将的重责大任
 - 7 可乐争霸/美国实战谱
 - 8 饮料市场争霸/台湾实战谱
- 第三篇 行销计划
-
- • • • • (收起)

[行销教战守策_下载链接1](#)

标签

行销

市场营销学

评论

[行销教战守策_下载链接1](#)

书评

[行销教战守策_下载链接1](#)