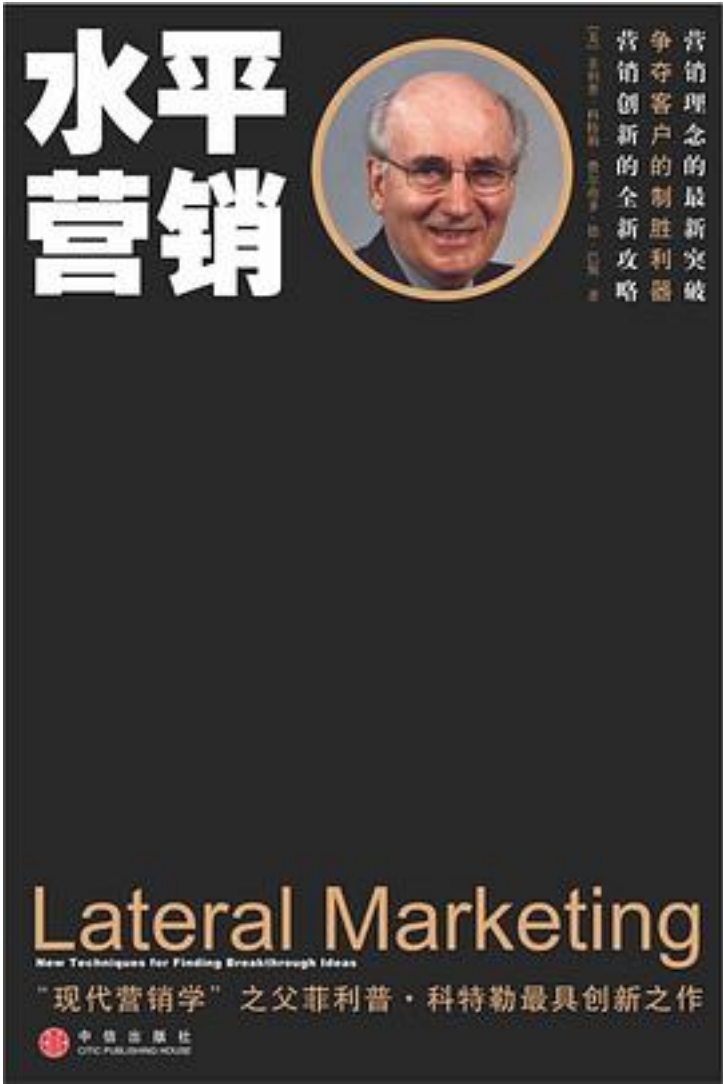


水平营销



[水平营销_下载链接1](#)

著者:[美] 菲利普·科特勒

出版者:中信出版社

出版时间:2005-1

装帧:精装

isbn:9787508603216

《水平营销》阐明了相对纵向营销而言的水平营销的框架和理论。引入横向思维来作为发现新的营销创意的又一平台，旨在获得消费者不可能向营销研究人员要求或建议的点子。而这些点子将帮助企业在产品愈加同质和超竞争的市场中立于不败之地。

《水平营销》提到：

是什么创新过程导致加油站里开起了超市？

是什么创新过程导致取代外卖比萨服务的冷冻比萨的亮相？

是什么创新过程导致巧克力糖里冒出了玩具？

是什么创新过程使得上班的女士们能够将酸乳搁进袋里带到办公室？

《水平营销》给出了水平营销方法的基本理论架构，帮助读者一步步根除传统营销理念给创新思维造成的各种束缚和禁锢，并就如何规避产品策略的高失败风险和取得突破性的成功，为广大的市场营销人员指明了道路。这种突破性的创新思维方法是帮助我们在业已饱和及过度竞争的市场中争夺客户的制胜利器。

作者介绍:

菲利普·科特勒
西北大学凯洛格管理学院国际营销学的杰出教授，被誉为“现代营销学”之父，著有25本书，包括《从A到Z的营销灵感》，曾担任过IBM, 美洲银行, 通用电气, AT & T等多家大型企业和机构的顾问。科特勒创造了完整的营销理论，培养了一代又一代美国大型公司的企业家。在美国超大型跨国企业的成长中，科特勒作出了巨大贡献。

费尔南多·德·贝斯 Salvetti & Llombart
公司的创办人和合伙人。该公司是一家专门为如PepsiCc、索尼、惠普、麦肯锡、雀巢、佳能等跨国客户提供咨询和市场调查服务的公司。费尔南多同时兼任营销创新的顾问。他是巴塞罗那ESADE 商学院营销学副教授。

目录: 中文版序

引言

内容简介

- 第1章 市场的演变与动态竞争
- 第2章 传统营销思维的优势与劣势
- 第3章 源自特定市场内部的创新：最为普遍的创新方式
- 第4章 源自市场外部的创新：创新的新思路
- 第5章 水平营销是纵向营销的必要补充
- 第6章 水平营销过程的定义
- 第7章 市场层面的水平营销
- 第8章 产品层面的水平营销
- 第9章 营销组合层面的水平营销
- 第10章 实施水平营销
- 附录 水平营销框架回眸
- 索引
- • • • • [\(收起\)](#)

[水平营销 下载链接1](#)

标签

营销

科特勒

水平营销

市场营销

商业

创新

横向思维

营销经典

评论

really boring

水平思考法与营销学结合

对营销的新思维，对传统的营销有开拓性的见解

可操作性强

传统营销观念的突破

just so so,But it is really good for marketing.

创新框架。方法很好，干货不多。

沐邦的任老师能指着这本书吃一辈子，我才不要做这样的人呢。

新瓶装旧酒

营销。

经典！大彻大悟！

度过 不过忘了 呵呵

有远见的人，视野不仅远，更加宽。科特勒很nb。

两次课翻完。例子很多，方法总结不错但很难。顺便测试新浪微博同步。

点子

上学的时候看的了。。

科特勒。比较简单的营销

重复繁琐的例子。归因法而已。

开辟蓝海的一种思考。

考虑到中信的字号和这老爷子话一直很多，干货没多少

[水平营销_下载链接1](#)

书评

《水平营销》是横向创新思维在市场营销领域的实践版本。
在 20 世纪末开始兴起的数字化浪潮，极大的改变了传统市场营销的理念。信息的全球化，使更多的产品，以更快的速度，更多的品牌进入市场。广告的饱和和媒体的细分，使得市场变得相对狭窄。传统的市场...

<<蓝海战略>>这本书赢得了很多企业家和经济学者的注意力,作者认为,企业要获得利润高速增长就要开创"蓝海市场",避开"红海市场",蓝海市场就是一个追求低成本,差异化,高价值创新的市场.作者用大量例子来支持它的理论(某一理论,对应某一例子).作者的理论貌似无懈可击,是每未企业家...

知道这本书，是因为《人人都是产品经理》里如何卖包子的多种让人拍案叫绝的创新方

式里提到过《水平营销》。正好图书馆里发现了这本书，而且一看竟然是营销教父科特勒写的，虽然比较老，但是毫不犹豫地借了回来。
总的来说，书不厚，但全是精华和智慧，每个创新思维方式，都举...

-
- 1、所谓的纵向营销的模型很简洁明了，应用起来很易上手。
 - 2、举的例子非常多，容易理解。
 - 3、对于为什么提出水平营销以及比较纵向营销与水平营销之间的区别的论述，很精彩、到位。

总体来说干货不多的薄书。时代变化快，这本书年份比较早了，因此案例都不新。读的时候会想，《水平营销》的思路与《蓝海战略》本质有何不同呢？但后半部分介绍如何运用框架时还是非常惊艳的，可以作为Brainstorming时很好的补充。总之，框架非常实用，但也仅此而已。全书说白...

水平营销可以说是提供了一种新的思路，使在日趋激烈的市场竞争中可以看到期望，并且这种独辟蹊径的方式很可能带来的是巨大的商业利益，不起眼的一些奇思妙想便能成就伟业。
随时市场中竞争对手不断出现，各家争相创立自己的品牌，在已经拥挤的市场范畴内通过传统的营销手段和...

主要是讲营销思维的转换，现在已经不记得书中有什么内容了，不过度的时候还是记下来一些东西的。
建议没有基础或者需要换个思维方式的人，可以读一下。从网上找电子版读，也没问题的。原来豆瓣对于评论有了限制了...还要写很多，额...

书读完就一个感觉--皇帝的新装！说到底不就是产品创新吗？
取了个挺学究的名字，长篇大论地把市场细分的概念数落了一通，把创新这个提了一万遍的概念再第一万零一遍地提出来，最后盖上菲利普科特勒大人的官印，没人敢有意见了吧？当时就是这样……

对于有市场营销基础的人，只细读第六章“水平营销的过程的定义”就好了。
其他都是最基本的东西，没有太多新意。所谓水平营销所强调的也是跳出局限，突破创

新而已。
正如作者自己所说的，纵向营销靠的是归纳分析，靠的是左脑。水平营销靠的是创意和灵光，靠的是右脑。 所以做...

水平营销顾名思义，就是横向跨界营销。水平营销，则适合产品生命周期的成熟阶段。
1选对象:通过扩大目标市场的范围，来寻找到新的生意增长点、通过产品改造挖掘新功能，新场景，进而开创新市场、如果以其他营销组合，也就是定价，渠道，和传播作为创新对象，那一般就不会涉及到...

在图书馆花了4个小时看完《水平营销》在这里想跟老师谈谈一二感受。
在阅读过程中，我尝试着回答老师所给的问题，我突然觉得我一点都没有得到书中的精华，没按它给我的框架来思考，还是乱七八糟的思考。我重新回顾了一下书本，可是在第一步就遇到问题。我发现不是很容易找到一...

书中首先分析当下巨头企业不断通过推出新产品去吸引顾客抢占市场的原因，以及与水平营销相对的传统垂直营销的方式。然后告诉我们，要真正获得市场不能一味只靠传统的垂直营销，还要用水平营销思维打开新市场。书中通过大量地举例，对于我这个营销知识零基础的读者也能...

垂直营销 需求分析——市场定位——市场细分 需求——一个体——情境——产品
视市场为固定不变 市场细分：短期新入场者有优势，长期利润越来越低
市场定位：差异化经营
市场细分后、目标锁定、定位结束后，4P（product、price、place、promotion）
创新模式： 基于调整（基本特...

水平营销是营销学之父菲利普·科特勒的著作。书中阐述的内容，价值不仅在于论证的缜密，思维的跳跃，而其新颖的思路及想法，让我想起了蓝海战略，未来的商品都是免费的等书籍。这类书籍阐述的主要是一种新...

不错 最新的力作 真的是力作 但是有待进一步内容的充实啊 封面设计也很不错 特别是里面少有的几个例子

我们上课的时候老师推荐的，在读书馆借来看过！很快就看完了，觉得别人写真的是好，简单，明了！我们原来的思维都是，纵向的，例如做糖，可能做成蔬果味的，巧克力味的，等等的，但是，都逃不了一个圈子，做水平营销呢？他可以做成什么呢，他可以做一个吃了就不用漱口的糖（呵...

[水平营销_下载链接1_](#)