

卖水的哲学



[卖水的哲学_下载链接1](#)

著者:龙文元

出版者:安徽人民出版社

出版时间:2012-5

装帧:

isbn:9787212047436

营销的本质就是解决竞争，生产消费者喜欢购买的产品，打败对手。很多公司的竞争核心就是营销。可口可乐的百年营销史可以说就是寻求竞争与追求垄断之间的平衡史。

本书运用翔实的资料对可口可乐百年历程进行剖析和还原，从竞争的角度分析其发展到成功的营销策略，营销的本质就是竞争，竞争无处不在，可口可乐的品牌帝国更是在竞争和垄断的平衡里崛起，是在漫长的商战中慢慢成长起来的。

作者介绍：

龙文元，双学位硕士，著名经济论坛主编，曾多次在经济类报刊杂志上发表过文章。

目录: 前言

第一章 营销学说

一、源自战争的灵感

二、与体育事业的完美结合

三、以攻为守之计

第二章 品牌学说

一、时间是最好见证

二、借利还赢

三、洒满红色种子

第三章 市场学说

一、先驱还是海盗

二、谁在价值链上跳舞

三、终端“生动化”制胜

第四章 竞争学说

一、可口可乐=“无处不在”

二、普遍化人类购买欲望

三、跑马圈地“对着干”

第五章 改革学说

一、创新才是王道

二、不变中“力变”

三、“把可口可乐还给我”

第六章 危机学说

一、迎战“危”“机”

二、一分钟也不能忽视

三、“防忧患”助成长

第七章 用人学说

一、培训才是最大主业

二、“物竞天择，适者生存”

三、像做市场一样做人力

第八章 前景学说

一、开源节流

二、领先渠道管理

三、未来无止境吗？

· · · · · (收起)

[卖水的哲学](#) [下载链接1](#)

标签

营销

竞争

企业经营

管理

心理学以及商战应用

评论

不知道信息来源是哪里，但是还是有部分的信息有点意思。

要不是因为写论文一定要用，是怎样也不会想要读的。细读下来感觉有些毛病，但是也万分感谢写论文的时候有它可以供我依靠...

0.1分。可以说是抄袭吗？与上一本相隔8年，除了增加北京奥运和武汉瓶装厂的案例，其他基本一样。差评。十分钟浏览完

营销模式东西值得学习

[卖水的哲学 下载链接1](#)

书评

大三的时候上IT项目管理时老师让写读书报告并做presentation而读的书，书的内容比较浅显，感觉有凑字数之嫌，不过有些理论可能只有在营销学的书里才能看见吧，算是走向营销学领域的一本幼稚园的图画书咯！

[卖水的哲学 下载链接1](#)