

# 医药保健食品成功营销原理



[医药保健食品成功营销原理 下载链接1](#)

著者:梁昌锦

出版者:

出版时间:2004-7-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787801664549

本书介绍了医药保健食品新品种营销分级原理及其意义、医药保健食品的市场调查原理、医药保健食品的“三个市场”理论及其影响参数等。

作者介绍:

目录:第一章 医药保健品新品种营销分级原理及意义  
第二章 医药保健品营销级别策划提升原理及举例

第三章 新产品取名应遵循的规律  
第四章 医药保健品的市场调查原理  
第五章 可替代性医药保健品广告致胜的十种模式及其原理  
第六章 医药保健品报刊文案广告写作应遵循的规律  
第七章 “整合营销” 原理与“十面埋伏”战例  
第八章 医药保健品的“三个市场”理论及影响参数  
第九章 医药保健品新产品的策划与开发思路原理——一把“冰”以十倍的价格卖给爱斯基摩人  
第十章 医药保健品的成功营销原理  
第十一章 医药保健品企业危机管理提纲  
第十二章 “诚信”的五个层面原理  
第十三章 中国农村市场的特点及我们的应对策略原理  
附 由孟良崮战役想到的  
· · · · · (收起)

[医药保健食品成功营销原理](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[医药保健食品成功营销原理](#) [下载链接1](#)

书评

[医药保健食品成功营销原理](#) [下载链接1](#)