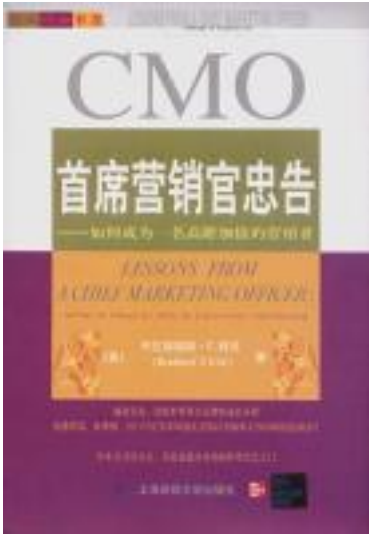


首席营销官忠告



[首席营销官忠告_下载链接1](#)

著者:布拉德福德·C.柯克

出版者:上海财经大学出版社

出版时间:2005-1

装帧:简装本

isbn:9787810982719

从本书寻找支点，并进而撬开市场的阿里巴巴之门。

没有不好的产品，只有不好的营销!

《首席营销官忠告》出自一位名副其实的首席营销官之手。本书凝结了作者20余年的营销经验、20余年的心血与智慧，其中的经验和知识均来自市场营销的最前沿。

本书的大多数案例，援引自在所有行业中最具市场营销导向的消费品行业。该行业汇聚了当今最佳的市场营销思想与创意。这是一个诸如宝洁(P&G)、克拉夫(Kraft)、联合利华(Unilever)、雀巢(Nestle)、百事可乐(PepsiCo)、可口可乐(Coca Cola)等营销大鳄们同台竞技的领域。他们的远见卓识和丰富经验会使你收益良多!

本书不仅适合当今抱负远大的消费品市场营销者(包括品牌经理、市场营销经理和市场营销人员);而且对于那些与营销相关的从业者——从事研发、销售、包装、财务、广告

宣传、运营工作、市场营销调研的人员和高级管理者而言，本书也极具阅读和参考价值。

比竞争对于懂得更多、创造更优异的业绩，这些并不仅仅是布拉德福德·C.柯克的工作，如同所有成功的首席营销官一样，这源自他的热情。在本书中，作者不仅研究了消费品市场营销的规则，而且将其记录下来。《首席营销官忠告》书中针对如何让消费者找到并购买产品所提供的建议与技巧，将有效缩短营销者的学习曲线。本书凝聚了作者在市场营销职业生涯中投入的所有心血与智慧。

现实生活中著名品牌的研究案例、每章结尾的精要小结、营销前沿多年奋战的切身实例、与对手过招的心得体会，以及其他不胜枚举的丰富内容，使《首席营销官忠告》一书成为当今最完整的市场营销指南之一。

本书作者布拉德福德·C.柯克以首席营销官的身份，挟二十余年的实战经验，在竞争惨烈、格局纷乱的消费品市场中不断胜出，为许多现在已是最具知名度的品牌度身定制营销策略。期间，他仔细研究了消费者心理，并掌握了如何让零售商和消费者在第一时间就关注于某一项产品并将其买下的精髓。

《首席营销官忠告》一书对布拉德福德·C.柯克多年的致胜经验进行了梳理，详细探讨了首席营销官如何让营销者及相关品牌保持巅峰状态所必须了解的秘诀，包括：

- 领导并制作旨在提升市场占有率的广告技巧；
- 利用来自强势零售商的资料，寻求新产品对消费者产生吸引力的方法；
- 选择媒体组合，以发挥产品优势、创意优势及营销预算效益最大化的战略；
- 消费品的试销类型——应该使用什么、避免什么，以及为什么；
- 运用商标，整合营销传播等在品牌竞争中胜出的策略。

本书不仅具备理论性，而且还是一张实用的路线图，引导市场营销人员如何让他们的品牌永远受到青睐——无论足在杂乱的货架上，还足在消费者的购买习惯与脑海中。

作者介绍:

目录:

[首席营销官忠告_下载链接1](#)

标签

营销

首席营销官

策划 销售

广告

品牌

sale

marketing

communication

评论

[首席营销官忠告 下载链接1](#)

书评

[首席营销官忠告 下载链接1](#)