

# 永远拥有消费者



[永远拥有消费者 下载链接1](#)

著者:张洪吉

出版者:民主与建设出版社

出版时间:2003-01-01

装帧:平装(无盘)

isbn:9787801125354

新世纪民营企业成功之道书系。

关于市场营销的教材已经很多，本书试图在以下两方面有所创新，一是在内容体系上试图建立一个以市场分析为基点、以营销策略组合为核心、以营销管理变革为提高的逻辑体系，全书共包括三部分，第一部分为市场分析，这部分内容构成了营销策略组合的市场基础知识；第二部分为策略组合，这是营销管理的核心内容；第三部分为创新发展，试图介绍了一些营销管理的新进展。二是试图把传统营销管理知

作者介绍:

目录: 改善环境，提高素质，促进民营经济健康发展（代序）

走向更加辉煌的阶梯：学习、学习、再学习——写在《新世纪民营企业成功之道》书系出版之际（序二）

前言

营销大趋势

1 识时务者为赢家

2 瞄准目标

3 第一张王牌

4 第二张王牌

5 第三张王牌

- 6 第四张王牌
- 7 最重要的销售方法
- 8 树立良好形象
- 9 无形资产越来越重要
- 10 环保与营销相交
- 11 知识经济的突出代表
- 12 适应经济全球化的大趋势
- 主要参考文献
- 后记
- · · · · (收起)

[永远拥有消费者](#) [下载链接1](#)

## 标签

## 评论

---

[永远拥有消费者](#) [下载链接1](#)

## 书评

---

[永远拥有消费者](#) [下载链接1](#)