

深度营销



[深度营销 下载链接1](#)

著者:汪虹昱

出版者:中国纺织出版社

出版时间:2003-03-01

装帧:平装

isbn:9787506425407

营销实务丛书。 深度营销是近年提出的营销新概念。企业如何实施有效的整体竞争战略，如何在营销价值链中处于支配地位，如何在深层次上向客户提供服务、如何实施深度营销等，都是深度营销考虑的问题，也是本书旨在阐明的。

作者介绍:

目录: 第一章深度营销概述

引子中国彩电业

一. 产品和营销策略上差别化能力低

二. 营销管理职能存在许多缺陷

三. 核心竞争力较弱

第一节深度营销提出的历史背景

第二节深度营销

• • • • • [\(收起\)](#)

[深度营销_下载链接1_](#)

标签

深度营销

评论

[深度营销_下载链接1_](#)

书评

[深度营销_下载链接1_](#)