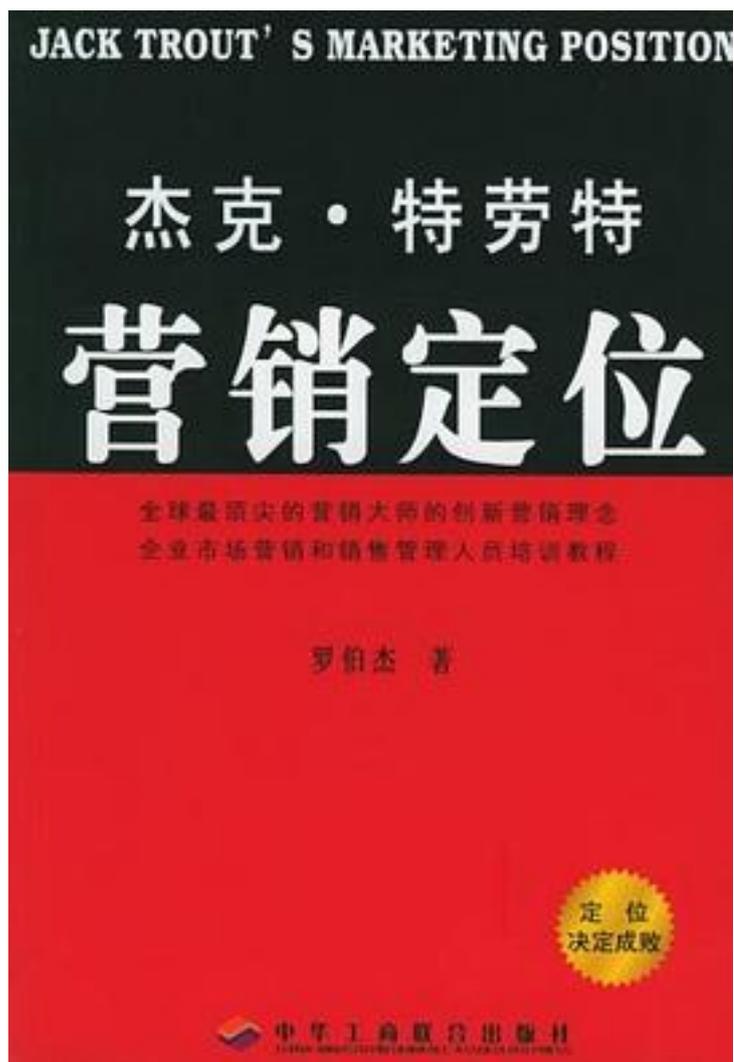


# 杰克·特劳特营销定位



[杰克·特劳特营销定位 下载链接1](#)

著者:罗伯杰

出版者:中华工商联合出版社

出版时间:2006-1

装帧:

isbn:9787801009234

定位一词是当代美国特级营销大师杰克·特劳特提出来的。本书在详细阐述特劳特定位理论的同时，从我国商界的实际情况出发，在产品品牌、广告宣传、产品营销、消费者购买心理等层面，充分解释了杰克·特劳特的定位理论，加以“定位”。

本书定位理论阐述脉络清楚，举例翔实生动，实为产品营销者的必读文本。

此书也是为迎合特劳特十月中旬来华演讲而写的书，该书凝聚了特劳特思想的精华，为我们了解特劳特、了解营销、了解定位营销学提供了理论依据。

作者介绍:

目录:

[杰克·特劳特营销定位\\_下载链接1](#)

## 标签

营销

定位

商战

商业

特劳特

经管

marketing

日积月累——我的藏书

## 评论

为了写论文看的

-----  
真糟糕!!! 我还以为作者是国外的呢!! 以为是特劳特的学生或者那一流派的!! 太无厘头!!

-----  
好烂啊写的, 什么文笔我擦

-----  
精炼直白

-----  
大量没边没界, 虚头巴脑的辞藻堆砌, 章节段落结构不清, 东一榔头, 西一棒子。除了这个封皮抄得比较像原书, 其他一概垃圾。前面还在大篇幅地说广告, 末尾居然扯到个人定位上。这样的作者, 这样的盗版, 一点职业素养都没有。

-----  
看完了, 可能自己境界不够, 看了之后没有特别大的感触

-----  
很实用的一本品牌营销管理课程, 纯销售类营销人员必备

-----  
[杰克·特劳特营销定位\\_下载链接1](#)

## 书评

摘书中几段为例: P176

百事可乐在知彼知己、当屈就屈、能伸就伸、出奇制胜这几方面均做得运用自如、得心应手、恰到好处。P184

百事此次重新定位消费目标等于量体裁衣, 对症下药, 有的放矢, 自然深受消费者欢迎和喜爱, 可谓“攻心策略”, 至此, “新生代”的定位已经已经开...

-----  
[杰克·特劳特营销定位\\_下载链接1](#)