

速度营销



[速度营销 下载链接1](#)

著者:马勇

出版者:上海财经大学出版社

出版时间:2006-5

装帧:简装本

isbn:9787810985574

一般来说，企业的经营包括相互联系、相互促进的三个层次：营销活动、营销组织和营销系统。营销活动是企业营销的基本单位，它构成营销组织的基本单元；营销组织既是营销活动结合的有机体，又是构成营销系统的基本单位；营销系统是营销组织裂变和聚变的产物。与此相对应，速度营销战略的策略形式则包括营销活动策略、营销组织策略和营销系统策略。只有采取特定的策略激发营销活动的活力，营销组织的速度才有可能提升，只有营销组织的速度得到提升，营销系统的市场响应能力才有可能得到增强。

因此，速度营销活动策略、速度营销组织策略和速度营销系统策略构成速度营销战略的方法论。速度营销战略是通过速度营销策略得以实施的，速度营销战略特别强调实施导向，把战略实施作为速度营销战略不可缺失的重要环节。这样，速度营销战略观念、速度营销策略以及速度营销战略实施就构成了速度营销战略的完整体系。在速度营销战略中，速度营销观念是制定速度营销策略的基础，速度营销策略是速度营销观念的具体化。无论是速度营销观念还是速度营销策略都是通过速度营销战略实施得以体现的。

作者介绍：

目录：

[速度营销](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[速度营销](#) [下载链接1](#)

书评

[速度营销](#) [下载链接1](#)