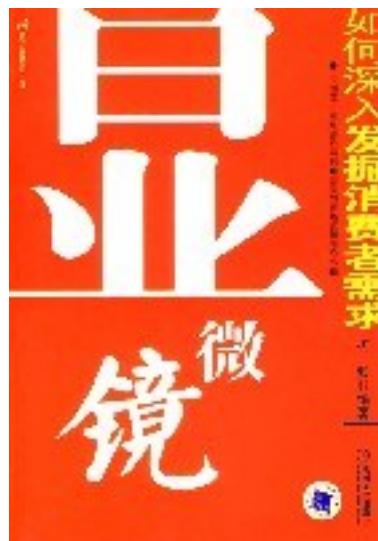


# 显微镜



[显微镜 下载链接1](#)

著者:柯毅

出版者:机械工业出版社

出版时间:2007-3

装帧:平装

isbn:9787111205654

在生物学的早期课程上，我们就已经了解到一个非常有趣的工具并被其深深吸引，那就是显微镜。他的功用在于帮助人们放大、发现不为肉眼所知的微观世界的奥秘。同样，在商业领域，也存在着许多的微观世界，这就是我们说的消费者需求。如何能找到一台真正的显微镜，帮助去探寻消费者需求，发现真正的商业机会是无数营销人员梦寐以求的事情。这就是本书的初衷：期望能给营销及相关市场研究人员在发现消费者需求方面提供一些有用的建议及分享一些过去的实践经验，从而能在市场竞争上快人一步，发现更多的商业机会。

本书共分五章：从为什么要进行市场研究开始谈起，然后引出消费者需求的重要性及相关定义，接下来着重谈到如何真正挖掘消费者需求，最后，再从组织建设的角度来就如何建立一个有效的市场研究部门和气氛来帮助从系统上持续性地做到这一点进行了阐述。

作者介绍:

目录:

[显微镜 下载链接1](#)

**标签**

市场调研

需求

消费者洞察

营销

商业

职业化

数据分析

市场研究

**评论**

客户写的书...老板推荐看的，其实很一般。。

---

一般

---

[显微镜 下载链接1](#)

书评

---

[显微镜 下载链接1](#)