

最佳击球点



[最佳击球点_下载链接1](#)

著者:阿伦·辛哈

出版者:企业管理出版社

出版时间:2007-7

装帧:平装

isbn:9787801977700

美国“年度营销精英”，历任高露洁、福特、菲利普·莫里斯和必能宝市场总监献给同

业的营销升级之作。

奥美、联邦快递、雅虎等公司CEO、畅销书《执行》和《转型》作者拉姆·查兰联袂推荐！

“阿伦·辛哈直面营销的种种现状，书中列举了大量真实生动的案例，丰富而具有可读性，你将得到一次非常愉快的阅读之旅。”——拉姆·查兰
畅销书《执行》和《转型》作者

“这是一本非常精彩的书——堪称近年来最优秀的营销书籍之一！”——弗雷德·史密斯 联邦快递主席兼CEO

在体育比赛中，“最佳击球点”意味着各方面条件都搭配得恰到好处的那一点，此时运动员处于最佳状态，可以轻松完成原本很难的运动任务。“最佳击球点”这一概念并不是运动世界的专利，商业领域也有其“最佳击球点”。在商业领域，“最佳击球点”就是一个地点、一个时机或一项经验。当达到“最佳击球点”，公司的品牌、产品和服务、财务、领导者以及行销人员能与消费者需求、消费者期望和公司预算达到最佳契合。人力与物力有机联合，公司的优势是强有力的、有影响力的和吸引人的，能够经常发现这些“最佳击球点”是在竞争日渐激烈的市场中制胜的关键。

辛哈指出，营销必须摆脱那些过时的经营方式，企业如果想要成长，也必须重新审视自己对营销的态度。那些最优秀和增长最快的公司都知道，营销并不仅仅意味着一种功能，更是成功经营的核心和灵魂。它们从不让营销边缘化，而是使其参与到领导决策中来，从而为企业的整体利益做出贡献。

本书以苹果、联邦快递、谷歌、必能宝、星巴克等为例，全面阐述了实现最佳击球点的DNA：改变市场方向，吸引投资，淘汰创新，制造口碑，引起竞争，释放激情领导才能，并重点关注了营销最核心的问题——促进业务增长。跟随书中营销战略的指导，你必将找到你的“最佳击球点”。

作者介绍:

阿伦·辛哈（Arun Sinha），美国必能宝公司（Pitney Bowes）市场总监，负责市场营销、品牌管理、公共和媒介关系、网站策划以及进行世界范围的行销研究。担任高级行销职务期间，他曾成功地推出20个新品牌，并使许多世界知名品牌资产增值，包括高露洁公司、福特汽车公司、菲利普·莫里斯集团和美国必能宝公司等。2003~2004年，《B-to-B》给予阿伦“年度营销精英”之称号；2004年，《商业周刊》授予他率领的团队“最佳公司广告奖”。

目录:

[最佳击球点 下载链接1](#)

标签

营销

市场营销学

销售

经济

学习

商业

评论

[最佳击球点 下载链接1](#)

书评

[最佳击球点 下载链接1](#)