

快消品营销



[快消品营销 下载链接1](#)

著者:蒋军

出版者:工商联合出版社

出版时间:2014-9

装帧:平装

isbn:9787515810027

"本书没有任何大道理，也没有“高、大、上”的理论分析，有的是作者本人对于消费品市场的研究、分析和心得体会。

作者将自己十余年实实在在的经验与知识技能积累，原汁原味奉献给读者。本书从市场操作、团队管理、传播推广、营销的具体策略和战略等方面入手，配合丰富的案例，依旧立足于市场实践，用质朴真实的话语娓娓道来，为读者提供实用有用的方法。"

作者介绍:

市场营销专业毕业，大型国有上市公司多年市场管理经验，10多年营销管理和品牌营销策划经验，具备丰富的市场营销及企业管理理论知识，系统性思维和分析能力；具备优秀品牌策划及推广的能力；擅长战略规划、品牌构建、营销操盘和实战营销；

曾参与青岛啤酒品牌整合、市场战略布局策划；晨光乳业珠三角实战营销和整体市场操作；山东豆禾食品整体策划和市场运作。其中山东豆禾项目获得2013年中国杰出营销奖。

服务过的企业（部分）：

青岛啤酒、燕京啤酒、四川华橙酒业、深圳晨光乳业、广东华山泉矿泉水、山东豆禾食品、江苏益客集团、广州佰翠酒业、、江西仁俊生物、黄山香烟、广东双喜、江西金圣、中国移动、中国电信、一通管业、鲁西化工、康泰集团等。

著有《一位销售经理的工作心得》一书。

目录:

[快消品营销_下载链接1](#)

标签

消费

营销

方法论

商业

评论

有干货值得多读几遍

[快消品营销_下载链接1](#)

书评

[快消品营销_下载链接1](#)