

营销的安全.安全的营销



[营销的安全.安全的营销_下载链接1](#)

著者:贾昌荣

出版者:

出版时间:2008-10

装帧:

isbn:9787500471301

《营销的安全:安全的营销》是关于营销安全的著作。营销安全这一概念为作者高度倡

导，作者在针对企业的咨询中有感于国内企业营销体系残缺不全导致的抗风险能力弱、危机抵御能力差，于是据此确定了自己新的研究领域，并将一期成果汇集成这本意在指导企业建立完整系统的营销体系的培训读本。作者认为，企业安全是由多方面要素构成的，或者说企业安全是一个系统、一个体系，它包括生产安全、质量安全、财务安全、人力安全、供应安全、营销安全等诸多内容。换句话说，企业是由一条以供、产、销、支持（包括行政、财务、后勤等）等环节构成的安全链，安全链上的各环节环环相扣，一旦某个环节出现问题，这条链就会断裂，其后果不堪设想。作者正是希望帮助企业管理者建起一座实时的“防火墙”。《营销的安全:安全的营销》内容较有新意，而且其中提出的问题确为当前许多处于急速发展的国内企业所急需的警示之言，对于企业的安全建设具有一定的借鉴意义和指导作用。

市场环境复杂多变，竞争手段层出不穷，企业经营险象环生，营销已经到了最危急的时刻！最大的风险并非来自竞争对手，而是来自于企业自身。惟一的“解药”就是不断进攻自己，寻找不足、堵塞漏洞，打造天衣无缝、坚不可摧的营销安全体系，这样才能跨越营销的“死海”。

作者介绍:

目录:

[营销的安全.安全的营销_下载链接1](#)

标签

评论

[营销的安全.安全的营销_下载链接1](#)

书评
