

<<段位（第2卷）>>

图书基本信息

书名：<<段位（第2卷）>>

13位ISBN编号：9787111224167

10位ISBN编号：7111224167

出版时间：2007-10

出版时间：机械工业

作者：肖志营

页数：262

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<段位（第2卷）>>

内容概要

营销是一场残酷的对垒战！

在这场你争我夺的战争当中，智慧与谋略越来越重要，正所谓思路决定出路。

《段位（第2卷）·营销兵法三十六计》力图从不同的角度来诠释在今天的营销大战当中应如何巧妙地运用计谋，出奇制胜，打败竞争对手。

与一般营销书籍不同的是，（营销兵法三十六计）完全从实战出发，详细阐述了每一个计谋的来源、特点以及如何应用于段位营销。

《段位（第2卷）·营销兵法三十六计》通俗易懂，尤其适合于各企业的老板、营销总经理、营销总监、品牌总监、销售经理以及有志于在营销大战当中出奇制胜的专业人士。

<<段位（第2卷）>>

作者简介

肖志营，著名营销实战专家。
曾任宝洁公司农村项目拓展“ROADSHCW”总策划，汇源集团高管、品牌总监。
是中国为数不多的“中外合资”营销实战派代表之一。
曾服务于跨国公司，亲历了中国大部分省市近万个乡镇的实战考验。
总结出了一套适合中国国情并迅速起效的营销模式，是中国“段位”营销理论的提出者、创始人。
以执行策划“宝洁大路演”（执行三年），“名人挑战商务通”（金鼎奖），“汇源果汁”（金凤凰营销奖）等案例而闻名。
现任广州甲方乙方营销策划有限公司总经理，并担任中国企业家大学特聘教授。
营销界最高荣誉“金鼎奖”、“金凤凰营销奖”获得者。
在专业媒体如《销售与市场》、《中国经营报》等发表专业论文近百篇。
著有营销专著《策划凶猛》、《品牌突围》、《营销大策划》等。
为数十家知名品牌进行过整合营销传播及服务。
成功服务过的企业和品牌有：汇源果汁、名人掌上电脑、飘柔洗发水、潘婷洗发水、舒肤佳香皂、汰渍洗衣粉、佳洁士牙膏、玉兰油、科龙空调、兴达集团、联想集团、健力宝集团、新龙集团、兴业银行、大凌实业、益生园实业等。

<<段位（第2卷）>>

书籍目录

丛书序前言第一计 瞒天过海第二计 围魏救赵第三计 借刀杀人第四计 以逸待劳第五计 趁火打劫第六计 声东击西第七计 无中生有第八计 暗度陈仓第九计 隔岸观火第十计 笑里藏刀第十一计 李代桃僵第十二计 顺手牵羊第十三计 打草惊蛇第十四计 借尸还魂第十五计 调虎离山第十六计 欲擒故纵第十七计 抛砖引玉第十八计 擒贼擒王第十九计 釜底抽薪第二十计 浑水摸鱼第二十一计 金蝉脱壳第二十二计 关门捉贼第二十三计 远交近攻第二十四计 假道伐虢第二十五计 偷梁换柱第二十六计 指桑骂槐第二十七计 假痴不癫第二十八计 上屋抽梯第二十九计 树上开花第三十计 反客为主第三十一计 美人计第三十二计 空城计第三十三计 反间计第三十四计 苦肉计第三十五计 连环计第三十六计 走为上

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>