第一图书网, tushu007.com

<<借力共赢>>

图书基本信息

书名：<<借力共赢>>

13位ISBN编号：9787305055430

10位ISBN编号：7305055433

出版时间：2008-10

出版时间：南京大学出版社

作者：张继明

页数：250

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

整合资源、创造价值，是目前企业界、营销界普遍认同的价值观，“借力”“共享”“共赢”也是很多企业老总经常挂在嘴边的顺口溜。
“借力共赢”是企业整合资源的另一种诠释，资本与市场是企业发展的原动力！

作者简介

张继明，改革开放30年中国策划标志人物，中国十大营销策划专家，著名实战派营销专家，桑迪营销咨询机构首席咨询官，品牌6力营销实战理论创始人，发表论文150万字以上，著有《谋定市场》、《智揽天下》、《营销无规则，执行有标准》、《透视》、《借力共赢》等五本营销专著，倡导"不做无销售力的策划"的行销理念，连续五年被业内评为最富有销售力的实战派营销专家！
服务品牌有脑白金、古汉养生精、可采眼贴膜、伊人净、滇虹药业、四环药业、东药集团、整肠生、广药潘高寿、神威药业、欧诗漫集团、南京同仁堂、利君制药等。

书籍目录

序　上卷：“ 6力营销 ”在中国　品牌营销6力方程式定律　医药市场走进“ 6力营销 ”时代　“ 6力营销 ”进行时　六招打造品牌营销差异化　“ 6力营销 ”宝典　终端营销策略实操　品牌营销的十大成功法则 下卷：“ 6力营销 ”实战明星品牌盘点　东药集团：“ 珍珠行动 ”创新品牌　神威药业：现代科技不是让药品卖得更贵　潘高寿：“ 野狼行动 ”之“ 6力营销法则 ”　南京同仁堂“ 老牌 ”营销突围　奇康维药：七剑下天山，民族药变局　脑白金：礼品概念打破营销规则　整肠生“ 磨剑 ”肠药市场　古汉养生精，代代传真情　康王骨痛灵酊借力四分天下　泰尔制药保元津的三大营销启示　金路捷从概念到品牌突围　昂立心邦：整体养护心脑　“ 汉方养眼法 ”演绎可采传奇　伊人净：清新是一种性感　美加氧贴膜，“ 氧活 ”你的脸　椰岛鹿龟酒，父亲的补酒　欧诗漫：珍珠美容借力江南元素　中西合璧，上药借力创新做品牌——上药集团OTC品牌　6力营销透视　蓝天茶“ 整合信阳毛尖路线图 ”附录：“ 6力营销 ”沙龙　“ 6力营销 ”解读楚汉风云　以品牌的力量对接连锁终端　把脉医药经济走势—— 中国医药经济高端论坛　百家争鸣，共话企业融投资——首届中国医药行业融投资　高端论坛侧记 跋

编辑推荐

走进品牌6力营销新时代：提升产品力，强化决策力；精准企划力，完善执行力，彰显创新力，打造品牌力，借力外脑共赢，实现品牌腾飞。

第一图书网, tushu007.com

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