第一图书网, tushu007.com

<<定位>>

图书基本信息

书名：<<定位>>

13位ISBN编号：9787500554400

10位ISBN编号：7500554400

出版时间：2006年

出版时间：中国财政经济

作者：特劳特和艾·里斯Al Ries

译者：王恩冕,余少蔚

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

★营销管理学的圣经
★有史以来影响最大的营销学著作
2001年，美国营销学会评选有史以来对美国营销影响最大的观念，结果不是劳斯·瑞夫斯的USP、大卫·奥格威的品牌理论，也不是科特勒所架构的营销管理及消费者“让渡”价值理论，不是迈克尔·波特的竞争价值链理论，而是阿尔·里斯与杰克·特劳特提出的“定位”理论。

［定位理论的由来］
20多年前，美国《广告时代》杂志约请年轻的营销专家里斯和特劳特撰写一系列有关营销和广告新思维的文章，总标题就是“定位的时代”。

系列文章刊载之后，引起全行业的轰动，定位成了营销界人人谈论的热闹话题，经作者之手送出的文章就达12万份之多，由此开创了营销理论全面创新的时代。

20年过去，定位思想早已经深入人心。
为纪念这一伟大的创新，原出版商推出20周
年纪念版，本书即根据这一最新新版本翻译而来。
现在，中国读者同样有机会亲睹大师
的风采。

［营销理论的革命］
定位方法获得了巨大的成功，它成了全世界广告人和营销人的口号。

但是，这一概念的成功无意中将特劳特和里斯挤出广告业，转入了营销战略业。

事实是，客户并不想让为他们做广告的公司具有“战略性”，而是想让它们具有“创造性”。
客户愿意把定位的工作留给自己。
那就只好如此了。

于是，他们便成了营销战略专家，而且再也没有吃过回头草。
本书讲述了到底何谓
定位，你头脑中的那些小阶梯，领导者的地位，延伸品牌线的陷阱...

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