

<<市场营销启示录>>

图书基本信息

书名：<<市场营销启示录>>

13位ISBN编号：9787505713574

10位ISBN编号：7505713574

出版时间：1997-10

出版时间：中国友谊出版公司

作者：洗日明

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>

<<市场营销启示录>>

书籍目录

目录

编者序.洗日明 游汉明

1概念与理论

1.1顾客至上是否必然成功？

谢清标

1.2市场导向的作用

陈志辉

1.3市场学理论是否不值一顾？

谢清标

1.4市场学理论是否不切实际？

陈志辉

2环境与分析

2.1剖析市场研究常见的谬误

洗日明

2.2市场调查访问技巧

游汉明

2.3香港已进入感性消费时代

洗日明

2.4新人类的消费模式

洗日明

2.5女性：消费市场的动力

洗日明

2.6电脑化对市场管理的影响

谢清标

3消费者行为

3.1“知明喜行惯”的实际用途

陈志辉

3.2行为学派的消费行为理论

谢清标

3.3新旧顾客孰重孰轻？

洗日明

3.4企业处理投诉的基本精神

游汉明

3.5处理抱怨15种情境

游汉明

4策略与实务

4.1市场区格理论有用吗？

谢清标

4.2产品生命周期的启示

陈志辉

<<市场营销启示录>>

4.3波士顿顾问团的产品分类

陈志辉

4.4多面夏娃：崭新的产品概念

洗日明

4.5香港人接受“黄金麦”吗？

洗日明

4.6如何在竞争市场中制订价格？

邝觉仕

4.7“厚黑”与“薄白”推销学

谢清标

4.8如何克服推销三大困难？

游汉明

4.9香港便利店的顾客特性

陈志辉、洗日明、何淑贞

4.10港商开拓海外市场经验谈

饶美蛟

5服务与工业市场

5.1工业市场营销常见的谬误

洗日明

5.2配合供求：提高服务行业效率

洗日明、岑伟昌

5.3服务技术与内部市场营销策略

卢荣俊

5.4服务自动化引起的问题

游汉明

5.5评估航空公司的服务

游汉明

5.6企业、服务员、顾客的三角关系

游汉明

5.7中国的服务性行业

卢荣俊

5.8在中国引进百货业服务技术

李志恒、卢荣俊

6社会营销学

6.1商学院学生道德水平是否较低？

谢清标

6.2广告与消费者保障

何淑贞

6.3反吸烟运动是否得民心？

洗日明、何伟霖

6.4香港反吸烟广告的宣传策略

陈志辉

<<市场营销启示录>>

6.5香烟广告与青少年吸烟的关系
洗日明

<<市场营销启示录>>

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>