第一图书网, tushu007.com

<<500强国际市场调查>>

图书基本信息

书名：<<500强国际市场调查>>

13位ISBN编号：9787801124142

10位ISBN编号：7801124146

出版时间：2002-1

出版时间：民主与建设出版社

作者：王力

页数：442

字数：25000

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

本书通过借鉴、剖析国际国内知名的市场调研机构：盖洛普、AC尼尔森、国际调研等世界顶尖公司为世界500强等优秀国际企业进行专业市场调查服务的理念、经验、讲演和案例，向读者展示了真正一流的国际专业服务水平。

在中国加入WTO以后，本书为中国企业跻身世界市场，与国际公司在中国竞争的发展战略提供了权威、资深、专业的市场调研咨询，该书是中国入世后第一本与国际接轨的市场调查专业服务书籍，将对中国市场调查服务带来不可忽略的影响和作用。

作者简介

万力，世界名牌专家、中国社会科学院特约研究员、中国质量万里行促进会、名牌战略发展部部长。

1993年起，开始国际我牌战略研究，先后考察过欧美、日本等18个国家和地区的跨国公司和世界知名专业服务机构，同时对海尔、长虹、联想、杉杉、雅戈尔、五粮液、茅台、青

书籍目录

第一章 经济全球化和国际市场调查服务行业的兴起 引例1 杜邦公司的“ 市场了望哨 ” 时代的潮流——经济的全球化和知识经济时代的到来 时代的召唤——国际市场调查服务行业的市场需求 案例1 本土合作者战略第二章 当代颇具魅力的行业 引例2 追踪市场，产品常新 正本清源——国际市场调查服务行业的内在魅力 金字塔的分布——国际市场调查服务行业的结构 案例2 怎样使一个成功的广告锦上添花第三章 国际市场调查服务行业中的“ 名牌 ” 引例3 商业调查国际准则 AC尼尔森 国际调研公司 野村综合研究所第四章 制定市场调研计划 引例4 开放式问题很重要 市场调研计划包含的因素 决策信息 调研目标 信息的范围和精确度 调研方法与设计 准备一份写好的计划 案例3 做好销售调研工作，准确预测市场需求潜力第五章 市场调研的“ e ”化 引例5 网上问卷是未来的趋势 市场调研的“ e ”化 信息来源 可用信息的范围 确定数据资料的出处 计划、记录和评价桌面调研 桌面调研的局限性 案例4 网上调查技术初探……

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