第一图书网, tushu007.com

<<跨国企业20位营销经理中国市场10>>

图书基本信息

书名：<<跨国企业20位营销经理中国市场10年征战录>>

13位ISBN编号：9787801478412

10位ISBN编号：780147841X

出版时间：2003-03

出版时间：企业管理出版

作者：姜仲良(主编)

页数：345

字数：400000

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

内容概要

任何一个跨国公司都有独特的企业文化及成功之道，它们在中国这片新兴市场上能取得长足发展，实是不易，因为这里面有太多的差异；文化、价值观、思维方式、经营体制，等等。
如何缩小这种差异，融合不同的文化，是外企在中国这个特定的市场上所要跨越的第一道坎。
经过20多年在中国的不断发展，跨国公司不但推动了中国企业的改革进程，也为我国培养了一大批营销管理人才，创造了新的营销理念。

书籍目录

卷首语：跨国中坚 ——跨国企业20位营销经理中国市场十年征战录　帮助客户成功，同时成功自己 ——利乐营销思想及策略为大于其细 ——可口可乐大品牌“小动作”水土不服，“洋病”还需中医治 ——雀巢冰淇淋ZJ市场营销得与失临门一脚 ——花王订单争取与账款回收策略终端 ——你是我心中永远的痛三得利营销企划管理“两乐”渠道开发之我见张开渠道分销的天罗地网宝洁：分销商策略透视BE BRAVE，BE PATIENT构筑美登高市场营销阵地解读人头马盛装舞步SARA LEE，弱势品牌市场圈地实操快速消费品的渠道和经销商管理变革让专业的人专心做事 ——立邦漆“处处放光彩”的背后跨国医药企业销售系统揭示康师傅绿茶饮料上市策略百事：客户扣率管理经典剖析吉列的零售发展系统我八年的雅芳路程跨国公司的目标管理与绩效考评市场部，跨国公司营销中枢管理+计划+品质=优质产品 ——著名品牌公司制造优质产品的方程式

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