

<<飞跃>>

图书基本信息

书名：<<飞跃>>

13位ISBN编号：9787801867025

10位ISBN编号：7801867025

出版时间：2007-8

出版时间：东方出版中心

作者：嵇万青

页数：243

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

本书内容翔实，涵盖产品成长中的三大基本要素——产品、市场、顾客，并结合诸多的品牌实践案例对其各自的重要环节及其具体的实施步骤进行了深入浅出的、全面细致的阐述和分析，内容包括探索产品创新之道、深耕市场无限商机、抓住顾客临门一脚、实战演习四个方面

作者简介

嵇万青，主持创意策划了小天鹅·波尔卡空调、红豆·相思鸟内衣、双洋·太空酒、今世缘酒（原高沟酒）等品牌新产品上市推广方案。

策划并执行大型整合营销案例数十起，包括：辉煌太阳能热水器、波司登羽绒服、乡村树休闲服系列、小天鹅家电、隆力奇纯蛇粉市场差异化营销、山东胜利股份农村市场成功案例、中国服装城（常熟）、奇强洗衣粉等。

其中，《同一首歌》走进波司登、波司登杯自由式滑雪世界杯比赛、波司登《夫妻剧场》等策划方案得到了良好的效果和业界的广泛肯定。

曾经获得中国策划专家奖、广告人·中国案例金奖、CCTV体育营销案例金奖、2004中国十大营销人，中国最具影响力营销50强等荣誉。

出版作品有《品牌成长的非常6+1》，《商务沟通的城市秘笈》等。

书籍目录

市场呼唤品牌专业话语（代序）探索产品创新之道产品需要不断地创新通过包装创造产品的差异化与专业化产品包装的促销效果深度挖掘产品的卖点产品定价的几点策略做产品营销计划的几点策略销售通路是产品的核心竞争力服务是产品的二次竞争参加展览会的窍门深耕市场无限商机企业自己做区域市场调研的方法不得不说的几种促销形式广告中的促销意味促销是一把双刃剑几中经典推销模式优秀推销员的“逢场作戏”策略推销中的幽默艺术决胜终端的纵向管理营销需要整合做好企业的关系营销抓住顾客临门一脚三种价值型客户七种主要社会阶层的主要消费抓住目标消费者激发消费者的记忆消费者的意识形态消费者的需要决定消费的市场实战演习群狼追逐，波司登领跑中国羽绒服行业全攻略“红豆相思鸟”对接中国情人节今世有缘，今生无悔——今世缘酒策划纪实取天上太阳用人间辉煌——辉煌太阳能热水器整合营销全案关注三线市场，挖掘农村潜能——王营商场策划手记

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>