第一图书网, tushu007.com

<<挑战中国营销8大新难题>>

图书基本信息

书名：<<挑战中国营销8大新难题>>

13位ISBN编号：9787801973122

10位ISBN编号：7801973127

出版时间：2005-1

出版时间：企业管理出版社

作者：朱玉童

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

比海外营销大师更实效的理论、观点及工具；中国实战派营销大师、中国十大策划专家、采纳品牌营销国际顾问机构总经理朱玉童年度力作。

本书是国内第一本论述中国新营销实战的专著，它从新营销理论提出到实践第一次总结、归纳了新营销在中国实战的案例、系统的理论工具，并从“新营销六大转变”系统介绍了新营销的观点及操作，书中引用大量的图表、故事来总结说明精辟论点，同时您还可以看到采纳公司十年来策划的许多经典获奖案例，帮读者理解和操作新营销战略。

本书细致全面地介绍了新营销理论工具，书中有许多工具性的东西，以及实际经验，这是很多营销专业书籍所缺乏的，读完本书，遵循新营销理念，相信很多人都可以谱写出更多美妙的成功营销乐章！

——白象集团董事长 姚忠良

本书充满了经验、实践、活力、启示，指引着众多营销人员向前行，对企业营销、品牌规划、十分实用，并且角独到，是本难得的好书。

——青岛啤酒有限公司集团副总 严旭

靠“一招鲜”制胜的营销时代已经过去，如今已进入系统营销竞争时代，营销创新的速度、力度、深度、广度、效率，正在成为衡量一个企业、品牌含金量大小的重要参数。
《挑战中国营销8大新难题》一书理论结合实际、透析实战案例，为中国营销人士打通了一道营销新视界。

——广东格兰仕集团有限公司副总裁 俞尧昌

本书是朱玉童先生5年来对“新营销”理论实践和应用的汇总，其中的很多营销方法是我在其他书中所看不到的，这些方法在华夏长城的合作中得到了成功验证。
我认为我不仅仅是作者的一部作品，更堪称为中国营销理论与实践相结合的集大成之作。

——中粮酒业画总经理 华夏长城酒业有限公司总经理 连庆

巧妙的理论与实践相结合，而又不缺乏意趣，不愧是本优秀读物，是中国营销人员的必读本，也是中国新营销的参考书。

——《中外管理》杂志社常务副社长 杨欣

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