

图书基本信息

书名：<<CD-R商战武器之非常营销/家佳听书馆系列 (平装)>>

13位ISBN编号：9787900394019

10位ISBN编号：790039401X

出版时间：1900-01-01

出版时间：北京科海电子出版社

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

商战武器系列有声读物自面世以来，受到业界朋友和听众的喜爱关注。

为了让更多的朋友能轻松的聆听，有效地“阅读”，现推出《非常营销——娃哈哈：中国最成功的实战案例》。

著者是追踪研究娃哈哈现象达10余年的两位新华社记者，这是有史以来最为坦白和直接的中国企业营销探秘了！

开放式的观察视角是《非常营销》有声读物的最大特点。

本节目以营销理念为讲述平台，以第一手的调研教材对娃哈哈公司数年来的营销历史进行了理性、透彻的剖析。

在一批中外知名企业成败得失的碰撞与对比中，讲述娃哈哈的成功营销的精髓。

中国最神秘的营销大师宗庆后说：“营销的真谛其实很简单，就是买与卖，就是如何以最小的成本实现效益的最大化。

可真理往往愈是简单，人们却愈难把握。

”

书籍目录

- 01 比可口可乐多22万吨
- 02 成长简史：纷扰中的崛起
- 03 品牌广告策略：我的眼里只有你
- 04 市场通路策略：联销天下
- 05 产销布局策略：全国一盘“棋”
- 06 资本合作策略：达能之“恋”
- 07 营销对局之一：对快乐百乐
- 08 营销对局之二：“冒险”的非常可乐
- 09 营销对局之三：浑浊的水战
- 10 展望篇：较量才刚刚开始

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>