

《深度营销》

图书基本信息

书名：《深度营销》

13位ISBN编号：9787506425407

10位ISBN编号：7506425408

出版时间：2003-03-01

出版社：中国纺织出版社

作者：汪虹昱

页数：393

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《深度营销》

内容概要

营销实务丛书。深度营销是近年提出的营销新概念。企业如何实施有效的整体竞争战略，如何在营销价值链中处于支配地位，如何在深层次上向客户提供服务、如何实施深度营销等，都是深度营销考虑的问题，也是本书旨在阐明的问题。

书籍目录

第一章深度营销概述

引子中国彩电业

- 一. 产品和营销策略上差别化能力低
- 二. 营销管理职能存在许多缺陷
- 三. 核心竞争力较弱

第一节深度营销提出的历史背景

第二节深度营销

《深度营销》

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：www.tushu111.com