

《谁把中国策划捧红》

图书基本信息

书名：《谁把中国策划捧红》

13位ISBN编号：9787509204955

10位ISBN编号：750920495X

出版时间：2009-12

出版社：中国市场出版社

作者：张默闻

页数：344

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

《谁把中国策划捧红》

内容概要

《谁把中国策划捧红》内容简介：张默闻策划：一家负责任的策划公司，重要营销策划创作精英均来自著名企业；中国最具实力和影响力的综合营销策划团队；成功为多家企业进行过整合营销传播策划和品牌设计，重品牌、为销量，快速实现企业理想；创意拍摄广告片多条，片片唱响中国大地。

张默闻：中央电视台战略顾问、跨界于广告人与广告主的实战策划人、改革开放30年中国策划标志人物、新中国成立60周年中国策划功勋人物、受到全国人大副委员长关注的策划人、八年美国上市公司高级副总裁策划经验、中国100位年度营销人物、中国广告主长城奖之成就奖中国20人、金鸡胶囊品牌传播的重要缔造者、中国实战广告策划全场大奖唯一获得者。业界评论张默闻：营销界的广告家、广告界的营销家、有“北有叶茂中，南有张默闻”的称号。

《谁把中国策划捧红》

书籍目录

第一章 读懂老板产销合璧的企业老板到底是块什么板在老板手下做营销的十大铁律老板的营销管理三误之“外来和尚”老板的营销管理三误之幕僚之间老板的营销管理三误之杀鸡取卵老板的十大营销困惑老板的上市梦老板外聘的营销将领之生存魔术老板挑选策划公司的六条潜规则老板对自己的产品过度自恋的后果老板为何对商业渠道客气成奴才样儿老板亲自挂帅营销的悲剧老板要制造品牌统一战线保卫家园老板玩品牌要先给品牌起个好名字老板的行为就是企业品牌的投影老板如何面对CCTV广告招标那风花雪月的事老板写文案是辛酸的黑色幽默老板手下营销高管的七年之痒老板对广告投资的八大失误老板需要什么样的广告总裁老板眼中的跳槽客真的是贵宾吗老板管理员工的十大计谋老板要老老实实学好财务这堂课中国式品牌之误老板营销背后的七只魔爪老板的企业整合营销传播“八哭”老板眼里的那一场“调研戏”老板的底线之营销没有销量就去死吧老板应该掌控的十二大快速成长力量老板可能把营销玩死的十大征兆第二章 读懂营销21世纪的中国营销制胜思考中国市场营销不能被误解的痛楚企业营销一定要抓住市场机会才能扭转战局价值主张与建立品牌是企业营销的两只翅膀企业营销的情报时代已经到来用中国式的营销太极搞企业的营销组合企业营销如何收复是客人又是用户的客户企业营销请慷慨点再慷慨点给予客户价值请允许我轻轻地揭开中国营销计划的面纱二、三线市场营销需用七种武器第三章 读懂策划中国式品牌就要更中国营销策划需要情义担当营销策划复制秀到猴年马月营销策划公司的“卖身”行动营销策划公司的大家和小厮的故事营销策划公司的血统与正统战营销策划人的潜水行动为能给销量带来奇迹的策划公司发奖吧给国际上市公司做营销策划的猛拳软掌企业营销外脑时代宣告开始为什么中国企业要有自己的营销学院整合营销传播是医药营销的“救心丸”……第四章 读懂广告第五章 读懂大师第六章 读懂张默闻

《谁把中国策划捧红》

精彩短评

1、文字隽秀。很清丽，有男性思维模式，学术理论很淡实用性有些强大感的，同时让人对广告业工作方式害怕，像狗那样忠诚工作类个半死不活的，像绅士那样玩

《谁把中国策划捧红》

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