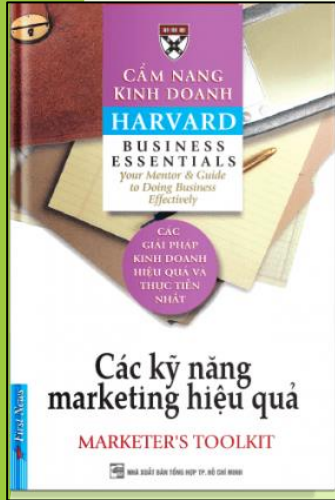


CÁC KỸ NĂNG MARKETING HIỆU QUẢ MARKETER'S TOOLKIT



Tác giả: Harvard Business Essentials; (Trần Thị Bích Nga b.d; TS. Nguyễn Văn Quy h.d)

Nhà xuất bản: Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh

Nơi xuất bản: Tp. Hồ Chí Minh

Năm xuất bản: 2016

Môn loại: 658

Mục tiêu hàng đầu của bất kỳ công ty nào khi tham gia vào lĩnh vực kinh doanh đều là đem sản phẩm hay dịch vụ mà mình cung cấp đến với người sử dụng. Mục tiêu này đóng vai trò vô cùng thiết yếu và quyết định sự tồn tại, phát triển của công ty. Để làm được điều này, công ty cần phải đầu tư mọi nguồn lực cho công tác marketing. Sự thành công của Marketing thể hiện qua lợi nhuận thu được ngày càng cao, nhận thức của khách hàng về thương hiệu của công ty ngày càng tăng, giá trị của sản phẩm được khách hàng đón nhận ngày càng nhiều,...

Marketing vừa là chức năng, vừa là định hướng của tổ chức. Đầu thập niên 1950, marketing đã trở thành bộ phận duy nhất “sở hữu” và chịu trách nhiệm về khách hàng. Đến nay, khi định hướng thị trường đã chuyển sự tập trung quản lý từ guồng máy sản xuất sang việc tìm hiểu và phục vụ khách hàng, marketing không còn là bộ phận duy nhất “sở hữu” khách hàng mà khách hàng phải là sự quan tâm chính của tất cả mọi người.

Cuốn sách “**Các kỹ năng Marketing hiệu quả**” cung cấp những khái niệm cơ bản, những hướng dẫn thiết thực và hữu ích, những vấn đề thách thức theo xu hướng của thời đại,... liên quan đến hoạt động marketing. Nội dung cuốn sách gồm 13 chương, đề cập đến những vấn đề như: *Lập kế hoạch marketing và nghiên cứu thị trường; Phân khúc thị trường và xác định khách hàng mục tiêu; Nhận diện và phân tích đối thủ cạnh tranh; Phát triển sản phẩm mới và xây dựng thương hiệu; Các hình thức định giá sản phẩm,...*

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!