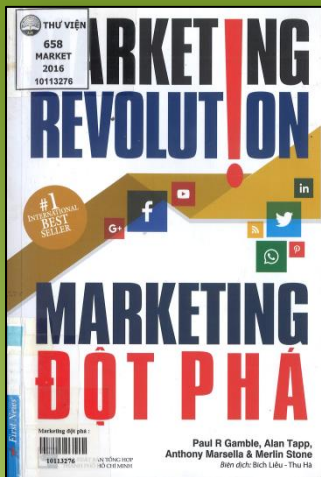


MARKETING REVOLUTION MARKETING ĐỘT PHÁ



Tác giả: Paul R Gamble, Alan Tapp, Anthony Marsella & Merlin Stone; (Biên dịch: Bích Liễu, Thu Hà)

Nhà xuất bản: Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh

Nơi xuất bản: Tp. Hồ Chí Minh

Năm xuất bản: 2016

Môn loại: 658

Việc bắt chước chiến lược marketing là điều ta thường thấy trong thời buổi cạnh tranh thị trường hiện nay, vì vậy mỗi chiến lược marketing thường thì ta sẽ chỉ sử dụng thành công một lần. Do đó, để luôn luôn tạo sự khác biệt trong chiến lược marketing thì cần phải có những ý tưởng đột phá, khi đó ta mới luôn giành chiến thắng.

Dựa trên rất nhiều công trình nghiên cứu uy tín và những kinh nghiệm từ hoạt động marketing của các công ty, “**Marketing đột phá**” đã đưa ra những ý tưởng marketing có tính thuyết phục và khả thi nhất. Đây là lời thách thức đối với phương pháp marketing truyền thống, đồng thời khuyến khích cấp quản lý có tư duy về khách hàng, công việc kinh doanh, chiến lược và công cụ marketing theo một cách thức hoàn toàn mới.

Mười hai chương sách với những chủ đề khác nhau xoay quanh những “*đổi mới*” về marketing, bạn có thể nhận ra những bài học cho chính doanh nghiệp mình: xây dựng mối quan hệ với khách hàng và hoạch định chiến lược marketing trong tình trạng phân khúc thị trường rõ rệt như hiện nay.

Được biên dịch từ cuốn *Marketing Revolution* của 4 tác giả Paul R Gamble - Alan Tapp - Anthony Marsella - Merlin Stone, “**Marketing đột phá**” sẽ giúp bạn khám phá những thay đổi đang diễn ra, qua đó đề xuất những cách thức mà doanh nghiệp có thể áp dụng để đưa phương pháp mới này vào công tác marketing trong tổ chức mình.

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!