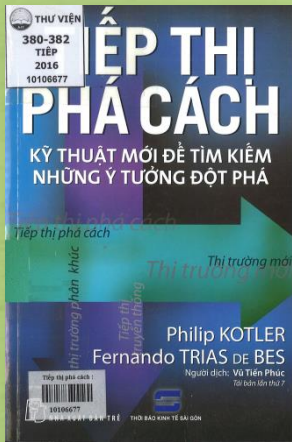


TIẾP THỊ PHÁ CÁCH

Kỹ thuật mới để tìm kiếm những ý tưởng đột phá



Tác giả: Philip Kotler, Fernando Trias De Bes; (dịch Vũ Tiến Phúc)

Nhà xuất bản: Trẻ

Nơi xuất bản: Tp. Hồ Chí Minh

Năm xuất bản: 2016

Môn loại: 380-382

Ngày nay, người làm marketing phải đối mặt với những thách thức vô cùng khó khăn: cạnh tranh khốc liệt giữa các đối thủ, thị trường đã trở lên siêu phân khúc, một rừng thương hiệu trong một thị trường hẹp, người tiêu dùng ít nhạy cảm với thông điệp từ nhà quảng cáo. Tìm được một ý tưởng cho chiến lược khác biệt hóa từ sản phẩm/dịch vụ càng trở lên khó khăn.

Philip Kotler và Fernando Trias de Bes đã tìm kiếm một cách nhìn mới để đổi mới tiếp thị trong thời đại đầy thử thách này. Bằng cách loại bỏ những hạn chế của tiếp thị truyền thống, hai ông đã chỉ cho giới tiếp thị cách giảm thiểu nguy cơ thất bại để đạt đến thành công đột phá. Đó là “**Tiếp thị phá cách - Kỹ thuật mới để tìm ra những ý tưởng đột phá**”. Tiếp thị phá cách dựa trên tư duy sáng tạo, không theo cách thông thường đang tồn tại. Nó thách thức những gì đã và đang tồn tại để thỏa mãn tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Nội dung cuốn sách gồm 10 chương và lời mở đầu của tác giả, trong đó mọi thứ bạn cần về một kiểu tiếp thị tân tiến, phá cách, không ngừng đổi mới sẽ được giới thiệu, trình bày, hướng dẫn tỉ mỉ không chỉ từ khái niệm mà còn có ví dụ thực tế và phương pháp thực hành. Đó chính là 10 kỹ thuật để giúp bạn tìm kiếm được những ý tưởng đột phá trong marketing: có thể kể đến với marketing phá cách ở thị trường, sản phẩm, tổ hợp các tiếp thị, những sáng kiến từ bên ngoài thị trường và trong thị trường, điểm mạnh và yếu của tư duy tiếp thị truyền thống,... và những chương bên trong sách mỗi mục sẽ có vô vàn những kiến thức ẩn tượng.

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!