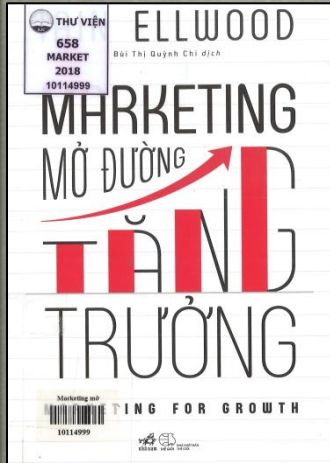


MARKETING MỞ ĐƯỜNG TĂNG TRƯỞNG

Marketing for growth



Tác giả: Iain Ellwood; (dịch Bùi Thị Quỳnh Chi)

Nhà xuất bản: Thế giới

Nơi xuất bản: Hà Nội

Năm xuất bản: 2018

Môn loại: 658

Marketing là một quá trình được cấu trúc để gắn bó và nhằm đến những khách hàng mới cũng như hiện có nhằm tạo doanh thu. Do đó, những người làm marketing - còn gọi là các marketer đóng vai trò then chốt trong tạo ra doanh thu và cũng có thể đóng một vai trò quan trọng tương tự như vậy trong quá trình biến doanh thu đó thành lợi nhuận. Họ chính là những người đầu tiên nắm bắt được các hành vi và nhu cầu đang thay đổi của khách hàng và những động lực trên thị trường.

Cuốn sách “**Marketing mở đường tăng trưởng**” tập trung vào vai trò của các marketer - và những công cụ, phương pháp học có thể sử dụng – trong nhận diện và đạt được tăng trưởng có lợi nhuận. Cuốn sách đặt marketing và marketer ở vị trí trung tâm thương mại của một doanh nghiệp, với trách nhiệm củng cố những sợi dây liên kết giữa các hoạt động của doanh nghiệp với khách hàng.

Không chỉ là sự kết hợp giữa kiến thức cùng với các hướng dẫn thực tiễn, cuốn sách còn được minh họa bằng rất nhiều dữ liệu và chứng cứ xác thực từ hàng loạt doanh nghiệp lớn như Amazon, China Mobile, Dove, Goldman Sachs, Haier, Lenovo, Mini, Procter & Gamble, Red Bull, Target, Twitter, Virgin và Zara.

Nội dung cuốn sách gồm 10 chương: *Quản lý giá trị khách hàng; Tỷ lệ lợi nhuận trên vốn đầu tư; Đo lường và phân tích; Những rào cản đối với tăng trưởng; Xác định khách hàng và các bên có liên quan bên ngoài; Cơ hội thị trường cho tăng trưởng; Xác định tuyên bố thương hiệu; Phát triển danh mục thương hiệu; Tăng trưởng qua sự gắn bó của nhân viên; Tăng trưởng qua sự gắn bó của khách hàng; Phát triển các thương hiệu dựa trên dịch vụ.*

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!