

Захарова Ю. А.

Стратегии продвижения товаров / Ю. А. Захарова. — 3-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 158 с.

Содержание

Глава^а 1- Четыре основные стратегии продвижения.....	4
1.1. Военный подход в маркетинге.....	4
1.2. Стратегия обороны.....	7
1.3. Стратегия наступления.....	17
1.4. Стратегия фланговой войны.....	26
1.5. Стратегия партизанской войны.....	34
Глава 2. Потребительская ценность	
в умах потребителя.....	41
2.1. Потребительская ценность	
и целевая аудитория.....	41
2.2. Сегментация целевого рынка.....	55
Глава 3. Анализ рынка и конкурентов.....	79
3.1. Анализ конкурентов в зависимости	
от целевой аудитории.....	79
3.2. SWOT-анализ.....	89
Глава 4. Информация о конкурентах — залог успеха.....	100
Глава 5. Выбор коммуникационного канала.....	116
5.1. Анализ и выбор средств коммуникации.....	117
5.2. Средства доставки рекламной информации.....	130
Глава 6. Скажите шефу, что необходимо делать, —	
и вперед.....	138
6.1. Составление медиаплана.....	138
6.2. Утверждение бюджета	
в рамках плана продвижения.....	149
Литература.....	157