

Marketing nie stoi w miejscu

Tytuł: Marketing nie stoi w miejscu
Autor: Philip Kotler, S. Maesincee, D. J. Jain
Wydawnictwo: Placet
Rok wydania: 2002
ISBN: 83-85428-76-3
Format: 150x205
Objętość: 280 str.
Cena: 50 PLN
Cena dla prenumeratorów: 47 PLN

Upowszechnienie Internetu otworzyło zupełnie nowe możliwości. Tradycyjne organizacje ze zdziwieniem przyglądały się, jak nowicjusze tworzą zupełnie nową przestrzeń rynkową transakcji handlowych ? RYNEK WIRTUALNY. Gwałtowny rozwój serwisów komercyjnych i równie gwałtowny upadek wielu z nich wprawił w zdumienie niejednego biznesmena. Dziś pora na uspokojenie i właściwe wykorzystanie Internetu.

Ta książka to analiza obecnej sytuacji rynkowej zmienionej przez internet, szalony postęp technologiczny i globalizację. To wskazanie nowej drogi dla marketingu właściwego erze informacyjnej.

Autorzy przedstawiają nową koncepcję marketingu holistycznego integrującego zarządzanie popytem, zarządzanie zasobami oraz zarządzanie sieciowe, co przy wspomaganii nowymi technologiami informacyjnymi powinno doprowadzić do efektywnego tworzenia oraz zarządzania doskonałą siecią wartości. Podstawą jest stworzenie w firmie tzw. kapitału relacji obejmującego wszystkich interesariuszy: klientów, partnerów pracowników i zainteresowane społeczności. Stwarza to możliwość całościowego zarządzania relacjami, a dzięki temu tworzenia i dostarczania wciąż nowych wartości dla klienta nie tylko wykorzystując własne atuty, ale też czerpiąc z zasobów kompetencji partnerów