



长尾理论指导下的精细化营 销策划

制作人：来日方长

时 间：XX年X月



目录

第1章 精细化营销与长尾理论概述

第2章 市场调研与分析

第3章 目标客户群体定位与产品或服务定位

第4章 营销策略制定与执行

第5章 总结与展望

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/238114053037006056>