

2007年度全国同等学历辅导市场营销复习四 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/107/2021_2022_2007_E5_B9_B4_E5_BA_A6_c69_107755.htm 第四章 市场购买行为分析. 影响消费者行为的主要因素P464 (文化、社会、个人、心理因素) 1. 文化因素2. 社会因素3. 个人因素4. 心理因素. 市场跟随战略 P495 1、紧密跟随 2、距离跟随 3、选择跟随. 『市场补缺者』的概念 P496 是指精心服务于市场的某些细小部分，而不与主要的企业竞争，只是通过专业化经营来占据有力的市场位置的企业。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com