

<<服装企业营销实务>>

图书基本信息

书名：<<服装企业营销实务>>

13位ISBN编号：9787506427050

10位ISBN编号：7506427052

出版时间：2003-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：吴卫刚 编

页数：265

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<服装企业营销实务>>

内容概要

营销观念是企业营销活动的指导思想，其正确与否对经营的成败具有决定的意义。在西方资本社会，营销观念大致经历了产生观念、产品观念、推销观念、市场营销观念、社会营销观念、大市场营销观念等演变。

本书结合服装行业的实践，主要介绍营销基础理论，商务谈判技巧，商务礼仪，企业与公共关系，企业与广告策划，企业形象战略，法律纠纷案例，服装经营金点子等内容，希望对服装行业的营销工作能有所帮助。

<<服装企业营销实务>>

书籍目录

第一章 营销基础理论一、找准市场做好调查二、把握顾客消费心理三、服装定价四、营销谋略与技巧
第二章 商务谈判技巧一、准备阶段与技巧二、洽谈阶段与技巧三、摸底阶段与技巧四、拉锯阶段与技巧五、让步阶段与技巧六、促成阶段与技巧七、商务谈判中的误区与禁忌
第三章 商务礼仪一、礼仪是一种规则二、形体上无声的语言三、商务语言
第四章 服装企业与公共关系一、公共关系基础二、企业公共关系的艺术三、企业公关活动与组织
第五章 服装企业与广告策划一、广告的基本原理二、广告及媒体的分类三、广告的主题与表现四、服装企业广告实案
第六章 企业形象战略一、企业需要形象二、形象要素与设计三、企业形象的导入
第七章 法律纠纷宁例与分析案例1：合同变成了不必要履行案例2：依法撤销合同案例3：企业分立应办理变更登记案例4：追认代理权应视为有效
第八章 服装经营点子参考文献

<<服装企业营销实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>