

<<促销与广告>>

图书基本信息

书名：<<促销与广告>>

13位ISBN编号：9787532372188

10位ISBN编号：7532372189

出版时间：2003-9

出版时间：上海科学技术出版社

作者：李维靖

页数：81

字数：76000

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>

<<促销与广告>>

内容概要

每个企业都需要执行一系列不同的市场营销任务。

企业必须首先告知其潜在顾客某种产品或服务对他们有用，然后，需要告诉潜在购买者有关产品的属性以及使用这些产品所能得到的利益。

本书阐明了促销活动对于企业销售的重要性。

它将阐明四个主要的促销工具——广告、人员推销、营业推广和公共宣传，并且阐明了如何开发一套系统的促销策略。

本书还考察了广告的更多细节，包括广告目标、广告词设计和媒体选择。

这本书的主要目的是阐明如何制定促销策略，如何设计促销组合，以及如何进行广告宣传。

通过学习本书，您将能够： 陈述一项促销战略的四个目标； 列举出影响促销战略决策的四个因素； 在您的促销和广告活动中使用推式策略或拉式策略； 运用四种促销工具，并确定在顾客购买过程的每一阶段哪一种最适合。

<<促销与广告>>

作者简介

中国项目开发中心，中国项目开发中心是世界银行集团国际金融公司与澳大利亚、瑞士、英国政府共同出资建立，由国际金融公司直接管理的国际援助机构，其宗旨在于支持中国中小企业的发展。

中心将提供以下三方面的服务：

对中小企业提供直接援助，帮助它们增强竞争能力

<<促销与广告>>

书籍目录

本书概述 目标A 促销战略的构成要素 设立促销目标 促销组合的四种工具B 选择适当的促销工具 产品与市场类型 推式策略与拉式策略 购买过程的阶段 产品生命周期阶段C 创作广告节目 广告目标 广告信息 媒体决策 广告媒体选择 案例1 兴旺电子公司D 复习E 实战计划 什么是实战计划 怎样制定实战计划 实战计划有何用途附录A 参考答案附录 B 术语表

<<促销与广告>>

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>