

<<销售促进>>

图书基本信息

书名：<<销售促进>>

13位ISBN编号：9787564200534

10位ISBN编号：7564200537

出版时间：2007-11

出版时间：上海财经大学出版社

作者：马清学

页数：194

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>

<<销售促进>>

内容概要

《销售促进:策划与管理》为“河南省经济管理类专业十一五规划系列教材”之一。全书共分十六章。第一章首先从理论上对销售促进策划与管理进行了概述；第2~第10章介绍了九种常见的销售促进工具，而且这九种销售促进工具是按照价格促销、赠品促销、有奖销售及游戏竞赛、会员制促销这样一种逻辑排列的；第11章~第15章分别介绍了节假日促销、商品展示促销、联合促销、文化与表演促销、针对中间商促销，这些并非具体的销售促进工具，但为九种销售促进工具的综合运用提供了平台或机会；最后一章阐述了销售促进评估和控制。

<<销售促进>>

作者简介

<<销售促进>>

书籍目录

总序前言第一章 销售促进概述第一节 销售促进的概念和发展第二节 销售促进的作用与不足第三节 销售促进原理和部分销售促进工具的选择第四节 销售促进的策划与管理流程思考题案例分析第二章 直接折价第一节 直接折价的种类及其特点第二节 直接折价的优点与缺点第三节 直接折价的适用场合和操作要点第四节 特价促销思考题案例分析第三章 折价券第一节 折价券促销的种类第二节 折价券的分发途径第三节 折价券促销的优点与缺点第四节 折价券促销的操作要点思考题案例分析第四章 退费优惠第一节 退费优惠的种类第二节 退费优惠的优点和缺点第三节 退费优惠的运作要点思考题案例分析第五章 附送赠品第一节 附送赠品的操作类型及其特点第二节 附送赠品促销的优点与缺点第三节 附送赠品的操作要点思考题案例分析第六章 集点优惠第一节 集点优惠的种类第二节 集点优惠的优点和缺点第三节 集点优惠活动的运作要点思考题案例分析第七章 免费赠送样品或品尝第一节 免费赠送样品或品尝的途径及其特点第二节 免费赠送样品或品尝的优点与缺点第三节 免费赠送样品或品尝的适用场合及操作要点思考题案例分析第八章 抽奖促销第一节 抽奖促销的形式及其方案设计第二节 抽奖促销的优点和缺点第三节 抽奖促销的运作要点思考题案例分析第九章 游戏竞赛促销第一节 游戏竞赛促销的形式和特点第二节 游戏竞赛促销的优点和缺点第三节 游戏竞赛促销的运作要点思考题案例分析第十章 会员制促销第一节 会员制促销的内涵和形式第二节 会员制促销的优点与缺点第三节 会员制促销的运作要点思考题案例分析第十一章 假日促销第一节 几个典型节假日的文化背景及其促销要点第二节 节假日的消费特点和促销原理第三节 节假日促销的运作要点思考题第十二章 展示促销第一节 会展促销第二节 卖场演示促销第三节 商品陈列促销第四节 POP广告第五节 人员导购思考题第十三章 联合促销第一节 纵向和横向联合促销第二节 联合促销的优点和缺点第三节 联合促销的操作原则思考题案例分析第十四章 文化与表演促销第一节 文化与表演促销的概念和意义第二节 文化与表演促销的运作要点第三节 路演促销思考题案例分析第十五章 针对中间商促销第一节 针对中间商促销的重要性第二节 针对中间商促销的种类第三节 针对中间商促销的优点与缺点第四节 针对中间商促销的操作要点思考题第十六章 销售促进的评估与控制第一节 销售促进的评估第二节 销售促进的控制思考题案例分析附录 零售商促销行为管理办法参考文献

<<销售促进>>

编辑推荐

全书共分十六章。
第一章首先从理论上对销售促进策划与管理进行了概述；第2~第10章介绍了九种常见的销售促进工具，而且这九种销售促进工具是按照价格促销、赠品促销、有奖销售及游戏竞赛、会员制促销这样一种逻辑排列的；第11章~第15章分别介绍了节假日促销、商品展示促销、联合促销、文化与表演促销、针对中间商促销，这些并非具体的销售促进工具，但为九种销售促进工具的综合运用提供了平台或机会；最后一章阐述了销售促进评估和控制。

<<销售促进>>

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>