

<<促销策划>>

图书基本信息

书名：<<促销策划>>

13位ISBN编号：9787301185667

10位ISBN编号：7301185669

出版时间：2011-3

出版时间：北京大学出版社

作者：姜玉洁，李茜，郭雨中 编著

页数：372

字数：430000

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>

<<促销策划>>

内容概要

促销(sales promotion)是一种有着明确目标的市场营销工具，它通过提供临时性的附加利益，实现对消费者、中间商及厂商销售人员交易行为的积极影响。促销策划是在市场目标的导向下，追求促销投入效益最大化，使促销与多种市场工具实现良好交互作用的策略设计、策略评价和策略控制过程。

《促销策划(第二版)》深入浅出地分析了促销及促销策划的基本概念和基本原理，并从促销策划的心理学基础出发，以促销策划的三大内容为主线，依次介绍促销策略设计、促销策略评价和促销策略控制。

在促销策略设计部分，研究分析常用促销传播媒介及其策略，深入剖析各种促销方法的内在激励因素和它们的优势与局限，以及各种促销方法的综合运用。

最后以服务业和零售业为例，介绍了部分代表性行业的促销策略。

每一部分的内容均自成体系，同时还加入了切合该部分知识的促销案例，为理论与实践的结合提供了良好的佐证。

<<促销策划>>

作者简介

姜玉洁

女，硕士，重庆工商大学商务策划学院讲师，重庆重大同浩管理咨询公司项目经理、高级咨询顾问。长期从事市场营销及商务策划的教学与研究工作，同时也为企业进行管理咨询、市场研究及营销策划，致力于将营销理论与企业营销实际进行有机结合。

李茜

女，硕士，重庆航天职业技术学院讲师。长期从事商业策划文案和新闻传媒的教学与研究工作，发表相关学术论文十余篇，主编参编教材多本。

<<促销策划>>

书籍目录

- 第一章 促销策划概述
 - 第一节 促销概述
 - 第二节 促销策划原理
- 第二章 促销策划的心理学基础
 - 第一节 消费者心理学理论及购买决策模型
 - 第二节 促销策划的心理学基础
 - 第三节 中国消费者特有的消费心理
- 第三章 促销策略设计
 - 第一节 促销调查
 - 第二节 促销策略研究
 - 第三节 促销活动策划步骤
 - 第四节 促销策划书的撰写
- 第四章 促销媒介的增效策略
 - 第一节 信息传播概述
 - 第二节 常见的促销传播媒介
 - 第三节 促销传播媒介的增效策略
- 第五章 针对消费者的促销方法
 - 第一节 消费者购买行为分析
 - 第二节 提供财务利益的促销方法
 - 第三节 提供心理利益的促销方法
 - 第四节 提供性能利益的促销方法
- 第六章 针对渠道成员的促销方法
 - 第一节 中间商购买行为分析
 - 第二节 对中间商的促销方法
 - 第三节 对内部销售人员的促销方法
- 第七章 促销方法的综合应用
 - 第一节 联合促销
 - 第二节 网络促销
- 第八章 促销策略评估
 - 第一节 促销策略评估对象
 - 第二节 促销效果事前评估
 - 第三节 促销效果事后评估
 - 第四节 促销策略评估综合实例
- 第九章 促销策略控制
 - 第一节 促销组织
 - 第二节 促销人员
 - 第三节 促销活动实施与控制
- 第十章 促销策划实务
 - 第一节 服务业促销
 - 第二节 零售业促销
- 附录 案例评析
- 主要参考书目

<<促销策划>>

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>