

<<实用营销文案范本全书>>

图书基本信息

书名：<<实用营销文案范本全书>>

13位ISBN编号：9787563931194

10位ISBN编号：7563931198

出版时间：2012-6

出版单位：北京工业大学出版社

作者：张妍，唐实 主编

页数：506

字数：466000

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>

<<实用营销文案范本全书>>

内容概要

张妍、唐实主编的《实用营销文案范本全书》不仅详尽分析了大量营销过程中常用的文案，还介绍了事前策划、营销流程、活动执行、事后分析等全过程的营销文案体系。

《实用营销文案范本全书》以营销文案为切入点，突出了在企业经营过程中常遇到的营销业务事项，是全面、高效解决问题的实用工具和文案大全。

全书分为12章，详细阐述了市场调查文案、市场分析文案、市场营销计划文案、新产品策划开发文案、产品促销文案、广告文案等内容。

《实用营销文案范本全书》精选大量实用范本，语言通俗易懂，内容全面规范，结构明晰严谨，版本新颖别致，融理论性与实用性于一体，集创新性与指导性于一身。

可以说，《实用营销文案范本全书》既是一本实用工具书，给各层级管理者提供经验参考，又是一本详细实用的案头手册，为营销文案的撰写提供有益指导。

<<实用营销文案范本全书>>

书籍目录

- 第一章 市场调查文案
- 第二章 市场分析文案
- 第三章 市场营销计划文案
- 第四章 新产品策划开发文案
- 第五章 产品上市及推广文案
- 第六章 产品促销文案
- 第七章 营销价格管理文案
- 第八章 营销渠道管理文案
- 第九章 广告文案
- 第十章 公关活动策划文案
- 第十一章 客户管理文案
- 第十二章 营销管理及合同文案

<<实用营销文案范本全书>>

章节摘录

客户经理在公关EPM中选择和填写项目的相关信息，包括：公关结果、实际签单金额、签单毛利率、项目总结等内容，并提交EPM审批，审批权限参照公关立项权限。

公关成功项目办理结项后，项目进入“关系维护”阶段，在预算额度内的公关费用仍可报销，但原则上不能再发生公关费用的预算变更。

合同初验款收回后，或者公关项目维护期满一年后（以先到日期为准），公关项目管理员与客户经理沟通后，可以关闭该项目账号。

（3）失败项目结项。

申请、审批流程与上述成功项目结项流程一致。

失败结项的公关项目不再受理公关费用的报销。

（4）项目总结：无论成功项目还是失败项目，客户经理均应认真填写结项总结，对成功或失败原因进行分析，提交市场信息资料，为公司积累市场经验。

对于不完整的结项申请，任何审批部门均可要求重新提交。

（5）结项费用审核：公关项目EPM结项审批时，会显示项目的费用分析表和费用清单，由相关领导对项目费用的合理性做出相应审核并给予审批。

（6）对于任何审批部门提出的质疑，客户经理均应配合做出解释。

（7）对于发现的“乱批”（不应批准通过而批准的）、“乱报”（不应在本项目内支出而报销在本项目中的）等现象，一旦确认将按照公司相关制度进行处罚。

7.项目暂停 （1）公关项目立项后，因为客户方面的原因项目未能按时启动或2个月内无明显进展，客户经理应该申请公关项目暂停。

（2）经部门总经理审核，连续2个月无公关进展的项目，或经市场支持部统计，连续2个月未提交《日拜访记录》或《项目周报》的公关项目，由市场支持部提出建议或由客户经理提出申请，填写《公关项目暂停申请表》，审批通过后由公关项目管理员将项目调整为暂停状态。

.....

<<实用营销文案范本全书>>

编辑推荐

细化营销业务流程，精选营销管理文案。

《实用管理范本系列：实用营销文案范本全书》立足于企业实际，精选百余篇范本，在企业的营销管理优化和流程执行方面起到规范、指导、协调的作用。

技巧源于范本，文案内蕴启示，篇篇实用，为各类营销活动提供参考。

<<实用营销文案范本全书>>

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>