

<<市场生动化实战指引>>

图书基本信息

书名：<<市场生动化实战指引>>

13位ISBN编号：9787801472465

10位ISBN编号：7801472462

出版时间：1999-08

出版时间：企业管理出版社

作者：刘永炬

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>

<<市场生动化实战指引>>

内容概要

“市场生动化”作为一种现代市场营

<<市场生动化实战指引>>

作者简介

<<市场生动化实战指引>>

书籍目录

市场生动化实战事指引

目录

推荐序

请正视我们的真诚

前言

第一章 什么是市场生动化

一 卖场卖点生动化

二 卖场环境生动化

三 市场网络生动化

第二章 顾客购买模式对市场生动化的影响

一 顾客消费心理

二 顾客在售点（末端通路）的购买模式

三 顾客购买模式对市场生动化的影响

第三章 实施市场生动化的条件

一 产品条件

二 卖点条件

三 环境条件

四 费用条件

五 人员条件

六 政策条件

第四章 市场生动化的目的及诉求

一 活化市场

二 引起冲动购买欲

三 建立品牌市场基础

四 稳固市场链

五 各行业市场生动化的目的及诉求

第五章 市场生动化手段

货架产品陈列

店招

焦点广告

柜台式产品陈列

柜台式POP

悬挂式POP

粘贴POP

立地POP

电动造型POP

电子显示屏

条幅

地面产品码放

柜台产品展示

特殊货架产品陈列

专用展柜或展台

吊旗

灯箱及霓虹灯

价签

<<市场生动化实战指引>>

展示卡

橱窗展示

高空气球

飞艇

广告伞及遮阳棚

围挡

贩卖车

生动化礼品

纸袋

指示性标志

第六章 市场生动化的种类

一 超市的生动化

1.经营特点

2.常用市场生动化展示手段及作用

3.生动化组合特点

二 大型商场的生动化

1.经营特点

2.常用生动化展示手段及作用

3.生动化组合特点

三 专营店的生动化

1.经营特点

2.常用生动化展示手段及作用

3.生动化组合特点

四 店中店的生动化

1.经营特点

2.常用生动化展示手段及作用

3.生动化组合特点

五 批发卖场的生动化

1.经营特点

2.市场生动化展示手段及作用

3.生动化组合特点

六 便利店的生动化

1.经营特点

2.市场生动化展示手段及作用

3.生动化组合特点

七 烟杂店的生动化

1.经营特点

2.常用生动化展示手段及作用

3.生动化手段组合方式

八 冷饮摊点的生动化

1.经营特点

2.常用生动化展示手段及作用

3.生动化组合特点

九 餐饮店的生动化

1.经营特点

2.常用生动化展示手段及作用

3.生动化组合特点

<<市场生动化实战指引>>

十 特殊行业店的生动化

1. 药店的生动化
2. 电器店的生动化
3. 展销、展览、订货会的生动化

4. 化妆品的生动化

第七章 生动化的方式

一 展架组合生动化

1. 常规展架生动化
2. 造型展架生动化
3. 附设展架生动化

二 灯箱组合生动化

1. 常规灯箱生动化
2. 造型灯箱生动化
3. 特殊灯箱生动化

三 POP组合生动化

四 包装展示生动化

1. 常规包装展示生动化
2. 整体包装展示生动化
3. 礼品包装展示生动化
4. 赠品包装展示生动化

五 综合展示生动化

1. 综合展示生动化
2. 综合展示生动化应注意点

六 店头展示生动化

1. 店头展示生动化目的
2. 常用店头展示生动化手段
3. 店头展示生动化注意点

七 摊点的生动化

1. 摊点生动化的目的
2. 摊点生动化常用手段
3. 摊点生动化注意点

八 产品堆放生动化

1. 产品堆放生动化一般适合商品条件
2. 产品堆放注意点

九 店面展示生动化

1. 店面展示生动化目的
2. 店面展示生动化常用手段
3. 店面展示生动化注意点

十 柜台展示生动化

1. 柜台展示生动化目的
2. 柜台展示生动化常用手段
3. 柜台展示生动化注意点

十一 橱窗展示生动化

1. 橱窗展示生动化的目的
2. 橱窗展示生动化常用手段
3. 橱窗展示生动化注意点

十二 地上展示生动化

<<市场生动化实战指引>>

- 1.地上展示生动化目的
 - 2.地上展示生动化常用手段
 - 3.地上展示生动化注意点
- ### 十三 空中展示生动化
- 1.空中展示生动化目的
 - 2.空中展示生动化常用手段
 - 3.空中展示生动化注意点
- ## 第八章 生动化展示的时机利用
- ### 一 订货会时的利用
- 1.订货会特点
 - 2.生动化展示目的
 - 3.生动化展示手段组合及要求
 - 4.生动化展示控制要点
- ### 二 展销会时的利用
- 1.展销会特点
 - 2.生动化展示目的
 - 3.生动化展示手段组合及要求
 - 4.生动化展示控制要点
- ### 三 展览会时的利用
- 1.展览会特点
 - 2.生动化展示目的
 - 3.生动化展示手段组合及要求
 - 4.生动化展示控制要点
- ### 四 上市铺货后强化卖点时的利用
- 1.生动化展示目的
 - 2.生动化展示手段组合
 - 3.生动化展示控制要点
- ### 五 促销活动时的利用
- 1.生动化展示目的
 - 2.生动化展示手段组合
 - 3.生动化展示控制要点
- ### 六 正常品牌宣传时的利用
- 1.生动化展示目的
 - 2.生动化展示手段组合
 - 3.生动化展示控制要点
- ### 七 促进购买欲时的利用
- 1.生动化展示目的
 - 2.生动化展示手段组合
 - 3.生动化展示控制要点
- ### 八 巩固网络时的利用
- 1.生动化展示目的
 - 2.生动化展示手段组合
 - 3.生动化展示控制要点
- ## 第九章 市场生动化管理
- ### 一 市场生动化管理原则
- ### 二 市场生动化管理流程
- ### 三 市场生动化管理的一般技巧

<<市场生动化实战指引>>

四 市场生动化副管理的检查要点

附一

附二

<<市场生动化实战指引>>

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>