

<<会议营销>>

图书基本信息

书名：<<会议营销>>

13位ISBN编号：9787802490802

10位ISBN编号：7802490804

出版时间：2009-1

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：一分钟情景营销技巧研究中心

页数：200

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>

<<会议营销>>

前言

公司的发动机是什么？

如果用这个问题做一个调查，答案可能有很多种，比如说“资本”、“技术”、“优秀的领导人”等等。

对于这个问题，罗伊·A·杨认为，对于任何一家公司而言，营销就是公司的发动机，只有营销才能够带动整个公司前进。

现代管理学之父彼得·德鲁克在50年前就指出：“任何商业公司都有两种功能，也只有这两种功能，即创新和营销。

”因此，任何公司都不例外。

既然是营销就要讲究技巧与方法。

技巧不是让您耍心眼，而是走捷径。

讲求技巧也是一种管理方式和方法。

事实上，要想在很短的时间内使客户产生购买的欲望并最终成交

<<会议营销>>

内容概要

《一分钟情景营销技巧》丛书旨在为营销人员在营销情景中碰到的各种问题提供解决方案和操作技巧，帮助营销人员在繁忙的工作中，轻松掌握营销技巧，迅速创造辉煌业绩，快速参透营销秘诀，大力提升营销效率。

全文摒弃了枯燥晦涩的理论，语言简练人性化，重点介绍如何做、怎么做。

配有情景案例和实战练习，着重于具体情景下不同技巧的灵活运用。

每本书均按设定情景提出问题、分析问题、解决问题的思路一气呵成，思路清晰，行文流畅，让您快速掌握营销秘诀。

如果您很忙，不妨每天花上“一分钟”去学习营销技巧和营销方法，也许您也能成为“世界上最伟

<<会议营销>>

书籍目录

前言第一章如何做好会前准备情景问题1：如何确定会议的主题情景问题2：如何选择会场情景问题3：如何对会议现场进行布置情景问题4：如何收集顾客资料情景问题5：如何筛选顾客资料情景问题6：如何对顾客进行会前预热情景问题7：如何电话邀请顾客情景问题8：如何制作邀请函第二章如何控制会议现场情景问题1：如何做好迎宾与接待工作情景问题2：如何操作会议营销主持情景问题3：如何接近顾客情景问题4：如何建立与客户的亲和力情景问题5：如何把握会议的三大环节情景问题6：如何通过会议成功销售

章节摘录

第一章 如何做好会前准备 情景问题1：如何确定会议的主题 那么如何找准并确定一个好的会议主题呢？

1.以社会热点问题和事件为主题 社会热点问题和事件是所有人都关心和谈论的，社会大众都想对盯关问题和事件了解更多，一些大众媒体也都会对此进行报道。然而大众媒体的报道往往只是涉及表面，不够深入，满足不了大众的求知欲望和猎奇欲想。这时，如果召集问题或事件的相关人员进行深度访谈或讨论，并将内容、结果及时告知大众，将会引起社会轰动效应，对主办企业来说，也将是一次很好的宣传机会。

2.以社会上存在

<<会议营销>>

媒体关注与评论

会议营销的目的只有一个正确的定义，那就是创造顾客。

积极引导顾客是会议营销成功的关键。

——美国“现代管理学之父”彼得·德鲁克

好的会议营销就是一个稀缺的产品。

——美国营销大师 艾·里斯和杰·特劳斯

销售沟通的技巧和策略是整个会议营销销售成功

的关键。

——美国经济学家 詹姆斯·托宾

会议营销是从宣传资料的封皮开始的。

——芬兰平面设计大师 基奥斯蒂·瓦利斯

我们为会议营销所做的每一件事，目的要么是想

争取顾客，要么是要维系顾客。

——通用电气总裁 杰克·魏洋奇

<<会议营销>>

编辑推荐

《会议营销》从市场经济发展的大势和中国营销发展的现状出发，对如何做好会前准备、如何控制会议现场、如何把握会议营销的手段、如何进行会议营销宣传、如何策划会议营销产品等七个方面进行了全面的分析，提炼出了直击要害的营销难题。

企业基层营销人员销售指南，公司一线销售人员培训教程。

轻松掌握营销技巧，迅速创造辉煌业绩，快速参透营销秘诀，大力提升营销效率。

<<会议营销>>

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>