

<<无店面店经营>>

图书基本信息

书名：<<无店面店经营>>

13位ISBN编号：9787030154859

10位ISBN编号：7030154851

出版时间：2005-9

出版时间：科学出版社

作者：中村敦子

页数：185

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>

<<无店面店经营>>

内容概要

“营销新概念”系列主要从营销的新视角出发，介绍了几种全新的店面经营方式，旨在为大家提供一种全新的营销理念和思考处理问题的方式，并为指导营销人员具体的实战方式和管理方式提出了行之有效的建议。

本书是该系列之一，它为我们介绍了无店面店这种全新的营销方式的概念及经营方法，其中包括为中小企业从事传媒直销更有发展前途、从事传媒直销企业前应了解的基础知识、成功所需要的特殊策略、销售秘诀、着手进行传媒直销前的12个要点、开始传媒直销后的12个要点。

本书语言精练、通俗易懂，再加上书中所配的精彩图片，为读者展示了一个全新的经营方式。

本书适合营销人员、店铺管理人员，以及个体经营者阅读，同时也可作为市场营销专业学生的参考读物。

<<无店面店经营>>

作者简介

中村敦子，生于大阪。

曾在市场公司工作，1989年成立株式会社知心人。

中村在传媒直销商务咨询，特别是为传媒直销企业获得新顾客所进行的促销计划、广告制作方面取得了很大的成绩。

另外，中村还担任传媒业界杂志和有关书籍的编辑工作，并为主妇被监测调查系统“康达”所使用的市场调查和商品开发等做些相关服务。

她是直销研究会关西事务局局长，日本直销学会会员，阿斯克研究会会员。

<<无店面店经营>>

书籍目录

第1章 为什么说小企业从事传媒直销更有发展前途 1 向三万亿规模的市场进军 2 传媒直销市场尚未饱和 3 互联网购物市场空间无限 4 加速中小企业参与速度 5 修改策略所必要的“综合传媒直销” 6 小企业做“单品传媒直销”也能成功 7 资金匮乏的企业可以从单品传媒直销入手 8 食品单品传媒直销成功的关键 9 像腌菜酱一样渗透到顾客心中 10 向八起庵学习定价技巧和广告策略第2章 从事传媒直销业前应了解的基础知识 1 传媒直销业务开始时的九个步骤 2 实例讲述互联网成功秘诀第3章 成功所需要的特殊策略 1 商品的传说故事也是一个卖点 2 向普通消费者销售特殊商品 3 赠送样品挖掘顾客潜力 4 细致的服务 5 刺激顾客第4章 销售秘诀 1 制定“定期方案”锁定顾客 2 赠送样品后通过电话询问使用效果 3 开拓面向高龄消费者的内衣市场 4 食品时兴卖“安全” 5 用独特的谈话方式抓住顾客第5章 着手进行传媒直销前的12个要点 1 明确梦想和目的 2 目标锁定在女性和高龄消费者上 3 从顾客常用的媒体中收集顾客信息 4 印刷广告措辞越好给人的印象就越深 5 经理的理解和热情支持是通向成功的捷径 6 事业计划尽可能详细具体 7 用实际数字来说话,不要凭感觉瞎想 8 消费者需求最新动态 9 大企业和小企业经营的商品不同 10 详细的企业位置图很重要 11 互联网销售每天更新哪些内容 12 移动传媒直销将会受到重视第6章 开始传媒直销后的12个要点附录 传媒直销工作计划进展表译者跋

<<无店面店经营>>

媒体关注与评论

成功所需要的特殊策略、销售秘诀着手进行传媒直销前的12个要点、开始传媒直销后的12个要点。本书语言精练、通俗易懂，再加上书中配的精彩图片，为读者展示了一种全新的经营方式。

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>