第一图书网, tushu007.com

<<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

第一图书网, tushu007.com

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。

作者简介

姜玉洁
女，硕士，重庆王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。

第一图书网, tushu007.com

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

第一图书网, tushu007.com

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