

<<商法评点>>

图书基本信息

书名：<<商法评点>>

13位ISBN编号：9787535745613

10位ISBN编号：753574561X

出版时间：2006-5

出版时间：湖南科学技术出版社

作者：周建设

页数：200

字数：202000

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>

## <<商法评点>>

### 内容概要

本书以现代商战为依托，从开局到定位，商品策略、价格策略、销售策略、竞争策略、顾客策略、商务洽谈策略、店铺策略等八个方面，系统地阐述了中国营销的典型谋略。

全书谋篇布局新颖、文笔生动优美、读来易入佳境，是难得的营销谋略佳作。

本书是作者继《商铭》和《商务通书》之后的第三本商业经济著作。

全书以现代商战为依托，从开局到定位，商品策略、价格策略、销售策略、竞争策略、顾客策略、商务洽谈策略、店铺策略等八个方面，系统地阐述了中国营销的典型谋略。

全书通篇采用了“要领”、“实案”、“评点”相呼应的格式，是一部难得的营销谋略宝典。

## &lt;&lt;商法评点&gt;&gt;

## 书籍目录

第1篇 开局与定位 1.市场局面评价 2.商圈把握与选址 3.经营项目选择 4.商业方式选择 5.市场角色定位 6.市场发展模式 7.店铺形象战略 8.经营决策方略

第2篇 商品策略 1.商品的定位 2.商品的组合 3.品牌策略 4.新产品的营销 5.老产品的营销 6.标识的开发 7.商家的包装策略 8.商品的整体化营销

第3篇 价格策略 1.需求导向定价 2.成本导向定价 3.竞争导向定价 4.取脂定价 5.渗透定价 6.满意定价 7.差别定价 8.声望定价 9.招徕定价 10.非整数定价 11.吉利数定价 12.不二价 13.折扣价 14.优惠价 15.开价技法 16.还价技法

第4篇 销售策略 1.样品展览与演示 2.人员促销 3.商品推荐 4.质量保证促销 5.信誉保证促销 6.商业广告促销 7.POP广告促销 8.薄利促销 9.赠奖促销 10.延期付款促销 11.商品保值促销 12.事件促销 13.特卖促销 14.关联促销 15.匮乏促销 16.折旧兑新促销

第5篇 竞争策略 1.新兴市场竞争 2.成熟市场竞争 3.老市场竞争 4.价格竞争 5.非价格竞争 6.差异化竞争 7.区域性竞争 8.合作性竞争

第6篇 顾客策略 1.卖场接待 2.寻访准顾客 3.回头客策略 4.客户管理 5.销售全程服务 6.真诚服务 7.顾客心理应对 8.顾客拒绝应对 9.顾客成交应对 10.顾客投诉应对 11.顾客错误应对

第7篇 商务洽谈策略 1.商谈准备 2.商谈举止 3.商谈语言技法 4.商谈问答策略 5.商谈约见 6.洞察商谈对手 7.掌握商谈主动权 8.异议对策 9.让步策略 10.免出错诀窍 11.僵局对策 12.结束商谈

第8篇 店铺策略 1.百货商店策略 2.专业商店策略 3.超级市场策略 4.连锁店策略 5.平价商店策略 6.便利店策略 7.邮购商店策略 8.信托商店策略 9.批发商店策略

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>