

<<看着我的眼睛>>

图书基本信息

书名：<<看着我的眼睛>>

13位ISBN编号：9787538717396

10位ISBN编号：7538717390

出版时间：2003-11-1

出版时间：时代文艺出版社

作者：威廉·沙门

页数：154

字数：110000

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>

<<看着我的眼睛>>

内容概要

市场营销是企业经营的最重要的课题之一，在这个竞争全球化、科技日新月异，消费者需求不断翻新，人口状况快速变化的时代里，企业生存、发展的唯一保证，是时刻谨记顾客的需求、偏好和期待。如何敏锐地洞察市场，抓住市场机会、分析营销机会、研究选择目标市场、制定营销策略、规划营销方法和组织，执行与控制营销力量，使企业在激烈的竞争中立于不败之地呢？本卷就是为了回答这些问题而编写的。

<<看着我的眼睛>>

作者简介

威廉·沙门，美国哈佛商学院教授。

书籍目录

第一章 产品促销策略 第一节 广告策略 完整的广告活动 广告目标的设定 广告讯息的决定 广告预算的设定 广告媒体的决定 广告效果的评估 第二节 公共关系 公共关系的意义与任务 营销PR重要决策 第三节 人员推销 第四节 销售促销 第二章 产品促销管理 第一节 促销的功能 第二节 促销的兴起背景 第三节 产品促销从业者 第三章 内部促销管理 第一节 内部促销与外部促销 第二节 渠道促销管理 第三节 业务人员促销 第四章 促销消费行为 第一节 消费行为特性 第二节 三种购买模式 第三节 促销的消费群分类 第四节 促销倾向的消费者 第五章 价格促销手法 第一节 降价促销法 第二节 折价券促销法 第三节 其他价格促销法 第六章 非常价格促销法 第一节 试用样品促销 第二节 赠品促销法 第三节 抽奖、比赛、游戏 第七章 产品促销企划 第一节 资料搜集与分析 第二节 促销企划提案

<<看着我的眼睛>>

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>