

<<营销圣经大全集>>

图书基本信息

书名：<<营销圣经大全集>>

13位ISBN编号：9787550002555

10位ISBN编号：755000255X

出版时间：2012-1

出版时间：百花洲文艺

作者：李欢

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>

<<营销圣经大全集>>

内容概要

《营销圣经大全集》是营销艺术的集大成之作。书中行之有效的方法和技巧能够提高销售、赢得顾客的忠诚。书中包含的丰富实用的内容为销售人员提供了他们所需了解的一切知识，指引着所有销售人员成为八面玲珑的销售精英。

<<营销圣经大全集>>

书籍目录

第一篇 产品销售策略第一章 产品定位与命名策略引领消费者需求策略市场细分定位策略差异定位策略关系定位策略消费者定位策略产品分类定位策略特定竞争者定位策略品牌价格定位策略品牌延伸策略产品名称关联策略演绎命名策略第二章 产品定价策略产品定价策略产品价值策略产品升级策略互补产品策略错觉定价策略声望定价策略地域定价策略差别定价策略第三章 产品包装与推广策略产品分销策略博弈与合作策略价格分销策略专卖策略直销策略外包策略产品推广策略样板策略聚点推广策略占山为王策略资源运用策略第四章 广告诉求策略广告诉求策略广告定位法则广告反推策略唤起策略从众策略比较策略第五章 产品分销与促销的真理产品包装的真理实效差异策略不离其宗策略包装个性化策略模仿包装策略产品促销策略五要素促销策略人员促销策略打折促销策略有奖促销策略第二篇 市场营销策略第一章 卖场布置策略卖场布置策略品牌融入策略人气策略空间策略无意策略.....第三篇 稳固销售的建立第四篇 营销口才全知道第五篇 营销细节大曝光第六篇 营销中的心理学

<<营销圣经大全集>>

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>