

<<电视购物产业运营>>

图书基本信息

书名：<<电视购物产业运营>>

13位ISBN编号：9787565701511

10位ISBN编号：7565701513

出版时间：2011-5

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：EHS东森购物股份有限公司，北京东森商务顾问有限公司 著

页数：229

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>

## <<电视购物产业运营>>

### 内容概要

近几年中国经济快速成长，在人民对生活质量的要求愈来愈提升的同时，新形态的电视购物正随着传媒产业化进程多元化发展，以符合市场需求。

本书以电视购物产业相对成熟的台湾地区为中心，整合理论与实务，意在强化读者对于电视购物各环节等专业知识，提供电视购物通路完整分析，提升中国电视购物产业水平与竞争力，扩大市场商机。

## <<电视购物产业运营>>

### 作者简介

EHS东森购物拥有最完整的虚拟购物通路，包括五个电视购物频道、阅读率第一的购物指南、营收迭创新高的东森购物网，以及与台湾地区电信龙头中华电信合作开拓数字及行动购物平台。1999年12月21日开台以来，领跑同业十余年，为电视购物产业注入活水，导以正向发展。

企业核心价值“东森严选”，将对消费者的尊崇与关怀，具体落实在企业文化中，延伸为“承诺、责任、荣誉”，始终履行对每一位消费者的“承诺”！

时刻实践对电视购物产业的“责任”！

矢志打造电视购物产业最高“荣誉”！

2008年起，EHS东森购物朝向“立足台湾、胸怀大陆、放眼国际”目标前进，先后成立“北京得易购”与“北京东森商务”两家公司，分别与内地电视购物业者开启合作之钥，期待与两岸四地同业共同打造华人世界的购物天堂！

## <<电视购物产业运营>>

### 书籍目录

他序 高福安

他序 刘炯朗

自序 梁马利

总论

理论与实务

第1章 电视购物概述

第一节 电视购物的基本概念

第二节 电视购物的产生与发展

第2章 电视购物市场分析及趋势

第一节 电视购物市场分析

第二节 中国大陆电视购物发展总趋势

第三节 中国大陆电视购物发展面临的主要问题

第3章 电视购物通路行销

第一节 行销概述

第二节 电视购物通路世代的来临

第三节 电视购物消费者的购买行为

第4章 电视购物商品营销策略

第一节 电视购物商品营销概述

第二节 电视购物商品营销原则

第三节 电视购物商品营销内容

第5章 电视购物商品营销步骤

第一节 新商品开发策略

第二节 制播会议的目的及要件

第三节 制播会议的作业流程

第6章 电视购物商品品管及物流配送

第一节 认识虚拟通路与物流的关系

第二节 电视购物品质管理原则

第三节 电视购物仓储管理原则

第四节 电视购物通路配送原则

第7章 电视购物客户服务与管理

第一节 电视购物客户服务与管理概述

第二节 呼叫中心的设置与运用

第三节 电视购物客户服务

第四节 电视购物客户管理

第五节 客户服务及管理评估

第8章 电视购物资讯流机制

第一节 电视购物资讯流机制的建立

第二节 电视购物资讯流机制的管理

第三节 加强资讯系统的防御纵深

第9章 电视购物金流作业机制

第一节 收款作业

第二节 退款作业

.....

实务经验分享

附录

<<电视购物产业运营>>

编后语

## <<电视购物产业运营>>

### 章节摘录

版权页：插图：台湾地区曾有一家互联网购物网站业者，某天突然接到一通来自媒体的电话，表明多家记者正准备报导一则专题，是关于日前有网友在知名社群网站上，散播该互联网购物网站上所贩售之成人商品的广宣内容，让使用社群网站的民众能轻易接触到限制级的讯息，因此于报导前，询问企业端的看法。

该互联网购物网站的媒体公关部门依照过去的危机管理经验，反射性地先确认来电的记者是否已经开始电话录音（因为通常记者打电话时即已开始准备录下公关人员的即时反应，记者都相信，未经润饰的回应，更具可信度及新闻性）。

若是正录音中，先委婉地请记者暂停录音，并探询记者所掌握的事件状况，以确认届时回复的程度，接着再向记者表示会在了解状况后，进一步再做回应。

此步骤可为企业危机管理争取更多的缓冲时间。

以该例的状况而言，公关人员马上将此情况汇报给内部各部门，确认该项商品是否真的在公司的销售平台上贩售，以避免做出无谓的回应；同时，协请法务部门确认是否有违法之事，确保事件回应的底线；并将遭受散布的相关网页与档案提交给资讯部门，以搜寻相关档案及网站来源；最后，汇整各部门回报的状况，做成媒体危机事件报告，载明预计回复内容，呈报相关长官知悉，以确保资讯同步性，更能避免后续无谓的衍生危机事件发生。

调查结果显示，该成人商品虽在互联网贩售，但已依据台湾地区主管机关的相关规范，设立有相关分级制度，限制未满18岁的民众观看，就法律层面上，该购物网站并无违法之疑虑。

## <<电视购物产业运营>>

### 媒体关注与评论

本书汇聚十余年来EHS东森购物的高管及专家们的策略与战术，对如何运用电视购物的传媒力量提供了高层次的思考。

我衷心希望并期待中国大陆电视购物业者学习与分享EHS东森购物的经验，大力推进中国大陆电视购物产业的发展。

——中国传媒大学副校长高福安两岸四地对电视购物产业有兴趣的读者、电视购物频道业者、厂商、学者、专家，可透过这本书了解掌握产业脉动与趋势，提早做好预备，并使人才培养更上一层楼。

为电视购物产业后继者截弯取直，不需再浪费无谓的时间摸索。

——前新竹清华大学校长刘炯朗，电视购物产业的负面形象在台湾地区能得以扭转，EHS东森购物可说是最大功臣及推手！

关键就在其企业核心价值“东森严选”，使得电视购物产业成为细腻精致的购物体验！

EHS东森购物在台湾为何能赢得消费者高度肯定？

如何建立自我品牌？

如何使用营销话术？

本书将提供您满意的答案！

——辽宁七星传媒集团总经理教惟东本书是东森团队数年心血的浓缩和结晶。

章节之间，坦率、务实；行文之处，中肯、权威，体现了厚积薄发的实用价值；蕴含了对同业、对后学极为实用的指导意义；浸透了东森上下勤奋的从业态度、精进的职业素养和真诚的交流姿态。

——四川电视台星空购物总经理陈力

## <<电视购物产业运营>>

### 编辑推荐

《电视购物产业运营:台湾地区经典案例分析》为文化产业经营系列丛书之一。



<<电视购物产业运营>>

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>