

<<促销经理手册>>

图书基本信息

书名：<<促销经理手册>>

13位ISBN编号：9787801472786

10位ISBN编号：7801472780

出版时间：1999-11

出版时间：企业管理出版社

作者：陈海娟、时莉

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>

<<促销经理手册>>

内容概要

简介

本书第一部分概括介绍促销部门、促销经理的职能及职责。

促销经理是促销队伍的领导者，同时也是管理者。

优秀的促销

队伍能够顺利地完成任务。

第二部分系统概述从促销工作的策划到目标制订、促销执行、控制。

其中加有丰富的案例进行说明。

第三部分谈促销经理的主要职责是组织促销活动，在了解消费者需求的同时也要掌握相关法律、法规。

促销在市场营销中扮演着重要的角色。

它可以帮助企业达

到以下目的。

清理积压产品、维持市场占有率，新产品上市，增

加产品销量（营业额）、抵抗竞争产品。

本书作为促销经理的工

具书之一，以实用为原则系统地讲述了促销在企业中的作用以及促销的策略，针对不同对象提供不同的促销工具。

<<促销经理手册>>

书籍目录

目录

第一部分 促销经理工作的基本认识

第1章 促销部门及促销工作在企业中的定位

1.1 销售促进工作的作用及本质

1.2 促销部门的基本职能与工作范围界定

1.3 促销经理的职业素质及岗位职责

第2章 促销队伍的建设与管理

2.1 促销队伍的结构及设置相关工作

2.2 促销人员的选配及培训

2.3 促销人员的奖惩机制与绩效评估

2.4 促销人员的监控及考核标准

第二部分 促销经理必备的业务知识

第3章 促销策划的基本知识

3.1 总则

3.2 促销策划概述

第4章 促销策划的运作过程

4.1 促销策划的准备

4.2 促销策划的实施步骤

4.3 促销目标的策划与制定

4.4 促销方案的研定

第5章 针对中间商的促销

5.1 中间商促销策划的内容与要点

5.2 中间商促销的主要工具

5.3 针对零售商促销

第6章 针对企业内部员工的促销

6.1 针对全员的促销

6.2 针对促销人员的促销工具

6.3 针对销售人员进行的促销

第7章 针对消费者的促销

7.1 针对消费者促销的工具

7.2 免费样品派送

7.3 优惠促销型工具

7.4 赠品促销

7.5 消费者价格优惠

7.6 产品展示

7.7 直效行销

7.8 服务促销

第三部分 促销评估

第8章 促销活动评估的主要指标与方法

8.1 促销效果评估的种类

8.2 促销活动的费用分析

8.3 促销活动的利润分析

8.4 促销效果评估的基本方法及程序

8.5 促销效果的事前测试

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>