

<<直销法门>>

图书基本信息

书名：<<直销法门>>

13位ISBN编号：9787302118848

10位ISBN编号：7302118841

出版时间：2006-4

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）斯通,雅各布斯

页数：461

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>

## <<直销法门>>

### 内容概要

历时25年6个版本的发展完善与实践检验,《直销法门》第7版以信息技术为背景,全面探讨信息时代如何计划、组织和开展直销活动,强调将新技术、新理念和新媒介与现有的直销战略与框架相整合。

来自Dell Corp、Her、Staples、State Farm和Lating Styles杂志的案例分析揭示卓越的直销人员如何应对今天的全球市场,如何利用全新的网络技术创建崭新的、强有力的营销方式,革新品牌战略,提高客服技巧,同时扩充了Internet及其他数字媒介和E—busilless等方面的内容。

本书是直销方面的经典著作,自第1版出版以来畅销至今,可作为中国广大营销人员的直销案头手册

。

## <<直销法门>>

### 作者简介

Bob Stone，直销先驱之一，曾8次赢得Direct Marketing Associations颁发的行业最佳称号。美国直销协会前主席，直销教育基金会(DMEF)理事。美国西北大学和密苏里州大学教授，并在世界各地传授直销技能，是直销教育的先行者。其著作《直销法门》一书已经出版第7版，发行量已超过20万册。

## &lt;&lt;直销法门&gt;&gt;

## 书籍目录

第I部分 直销基础第1章 直销的范围直销对经济的影响直销的定义直销的基础一对一营销和客户关系营销整合营销传播案例分析：E\*TRADE证券公司实践练习第2章 商业、战略及直销策划三个重要的战略性问题战略性商业计划战略计划直销计划创意战略计划案例分析：Wells Fargo实践练习第3章 数据库的作用什么是数据库信息来源数据库营销与客户关系客户关系与终身价值从数据仓库和数据超市获得数据采用数据挖掘做决策让数据库全球化数据库提高了对隐私的关注案例分析：3com建立全球化数据库实践练习第4章 消费者与企业邮件名录邮件名录基础邮件名录的种类名录选择指南邮件名录租赁名录清理隐私案例分析：Staples Direct实践练习第5章 报价需要考虑的因素反馈渠道的选择深入了解独特报价推销报价报价的长期及短期影响激励反馈的方法宣传过度的危险案例分析：Simple Pleasures Light实践练习第II部分 直销媒体第6章 杂志测试地方版杂志先导杂志装订插卡宾果卡杂志广告的反馈模式时间安排及频率决定适当的广告大小四色、双色及黑白广告版位因素怎样购买直接反馈版面案例分析：State FallTI实践练习第7章 报纸报纸夹页联合报纸增刊本地报纸杂志漫画：一种直销媒体建立报纸测试计划版位因素彩色与黑白广告案例分析：外包购买报纸活动实践练习第8章 电视，广播广播的应用录像带基本广播理念购买时段为直接反馈电视提供创意为广播提供创意多媒体组合中的电视案例分析：Surety公司实践练习第9章 联合广告使读者阅读联合广告消费者联合广告B2B / 专业联合广告其他分销渠道为何提供奖券联合广告测试规则案例分析：wEB直销公司 / Hanover House实践练习第10章 电话营销 / 电话服务对人类认知的研究电话服务的应用接入电话服务外拨电话服务雇用：呼叫中心的“血液”电话营销中的数学案例分析：Airborfle运输公司实践练习第III部分 互联网直销第11章 互联网直销简介互联网的应用快速增长及被授权购买者隐私——日益受到关注的问题直销与互联网：完美的结合电子商务的益处在线业务模式.消费者电子商务的发展B2B电子商务的发展..电子传播电子关系维护：在线客服新前沿：无线互联网应用案例分析：戴尔(De11)计算机公司实践练习第12章 电子传播使用电子传播建立客户认知度横幅广告的成功来自于直接反馈制定横幅广告活动的目标媒介策划及测试在互联网直销中使用电子邮件建立有效的电子邮件促销活动案例分析：Autobytel corn高速公路横幅广告活动实践练习第13章 电子商务渠道冲突的存在重新设计电子商务的客户业务流程买方 / 卖方模式电子关系维护：在线客户的关系维护与培养案例分析：Barties&Noble实践练习第 部分 管理创意流程第14章 创作直接邮寄广告信件是邮包的精髓好文案的11条准则按规则写信成功信件的7步规则解决问题的战略性方法经典邮包的其他要素怎样改善邮包经典邮包显佳绩案例分析：伊利诺斯彩票生日计划实践练习第15章 创建和管理目录核心能力1：销售规划核心能力2：目录的定位核心能力3和4：新客户获取和客户名录联络核心能力5：创意执行核心能力6：目录执行核心能力7：目录数据库战略核心能力8：分析——目录的数字方面案例分析：儿童纪念医院实践练习第16章 制作印刷品广告将潜在客户具体化案例分析：Prevention杂志实践练习第V部分 针对企业的营销第17章 B2B直销增值直销倾听客户的声音联系渠道和沟通战略建立客户中心培育客户和获取新客户迎接时代的挑战案例分析：Contract Offjce Products公司实践练习第18章 管理销售线索生成计划因特网在生成和管理线索中的作用现在的销售队伍：人或过程销售线索生成计划的类型制定成功的销售线索生成计划有效线索管理系统的其他要素理解沟通艺术调整线索的质量和数量线索分类和评分咨询过程成本分析跟踪和结果报告决策支持工具案例分析：Allstate保险公司寿险促销活动实践练习第 部分营销情报第19章 为业务决策支持建模建模的目的：为了展望未来而回顾过去客户和潜在客户建模定义变量有用的建模技术建模：昂贵的、必要的、不只是统计人员的事案例分析：从可预测的带有数据库的建模中获益实践练习第20章 直销数学单次交易成本及其对营销成本和利润的贡献确定营销投资连续收入关系咨询转化计划管理直销业务案例分析：强迫社会下的着装(DUDS)实践练习第21章 通过创意和测试进行创新创意和有创造性头脑风暴创意激发因素测试大事如何测试印刷品广告创意和测试，而不是创意对测试案例分析：雅马哈(Yamaha)钢琴实践练习第22章 直销人员的研究研究和测试：一个互补的过程测试和整体营销研究过程主要研究和次要研究消费品的直销研究使用态度研究来描绘目标受众和产品类别使用态度研究进行客户细分研究在B2B中的应用营销和创意开发的主要研究直销研究的未来案例分析：《Latina时尚》杂志实践练习附录A 直销中的职业



<<直销法门>>

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>