

<<促销基础案例>>

图书基本信息

书名：<<促销基础案例>>

13位ISBN编号：9787302153092

10位ISBN编号：7302153094

出版时间：2007-7

出版时间：清华大学出版社

作者：卢泰宏等

页数：173

字数：284000

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>

<<促销基础案例>>

内容概要

本书是与《促销基础(第3版)——顾客导向的实效促销》配套的案例教材。

全书选择编辑了18组案例，涵盖了不同的促销策略工具以及不同的行业。

案例分为大个案(A类)和小个案(B类)，以中国市场的实例为主，部分源自本书的第2版，更多的案例是新增的个案。

该案例书与教材的内容对应链接，增加了案例链接关键词、互动讨论题、案例点评、案例分类索引和分章注释等，从而更规范、更有利于教和学、更方便使用、理解和自学。

<<促销基础案例>>

作者简介

卢泰宏，中山大学国际营销学教授、博士生导师，中国营销研究中心(CMC)主任。

荣获中国首位

菲利普·科特勒国际营销理论贡献奖、国家教委首届人文社科优秀著作一等奖等多项学术奖励。

主要研究领域：消费者行为与品牌管理。

著有《消费者行为学》(中国版)、《解读中国营销》、《

<<促销基础案例>>

书籍目录

案例书使用指南(代序)A1 农夫山泉“事业关联”促销 案例链接关键词 案例正文 B1 屈臣氏：维尼熊陪你过圣诞 B2 瑜家山泉的社区SP活动 B3 易初莲花超市自有品牌促销 相关背景A2 百事都乐果汁促销 策划案 案例链接关键词 案例正文 B4 百事可乐本土化SP策略 B5 “非常柠檬”失败的赠品SP B6 国泰航空万张机票赠全城 B7 密尔沃基的新生 B8 中国移动的“动感地带” A3 康师傅茶饮料策划案 案例链接关键词 案例正文 B9 2002世界杯：金六福酒促销 B10 “日清”智取美国快餐市场 B11 “肯德基”优惠券 B12 桂格米果“送您一块土地” B13 隆力奇“免费游蛇园” A4 可口可乐促销效果评估 案例链接关键词 案例正文 B14 可口可乐奖励SP B15 沈阳乳业：“买牛奶，送面包，营养早餐大派对” B16 上品饼干的包装内赠品 B17 维克斯威感冒药的样品促销 B18 海尔剃须刀SP策划案 B19 “秋日数码时空”惠普与索尼周末联合促销A5 妮维雅“产品媒介”促销 案例链接关键词 案例正文 B20 宝洁公司护舒宝免费试用的促销方式 B21 “博士伦瑞丽 明眸闪亮校园” B22 裤袜与百事的合作广告 B23 3M公司的贴纸样品促销 B24 夏新与大众联手开展幸运赠机活动 B25 联通CDMA“预缴费送手机”大促销 B26 广州移动彩信手机一折购机活动A6 奥妮促销失败 案例链接关键词 案例正文 B27 胡佛公司的失败促销：赔了夫人又折兵 B28 莲子汁大赠送引起混乱 B29 麦当劳印花累积促销的失败 B30 百事可乐失败的有奖促销 B31 2002世界杯：手机促销 B32 “健力宝活力中国行”活动 B33 斯沃琪：独特的促销技巧 相关背景A7 雅芳“欢乐周年”促销活动 案例链接关键词 案例正文 B34 莱卡“加油!好男儿!” B35 蒙牛“超级女声” B36 Intel合作品牌促销 相关背景A8 东风标致“降价补偿”促销 案例链接关键词 案例正文A9 奇瑞“增配不增价”促销A10 信用卡促销A11 可口可乐与“魔兽”网上促销A12 箭牌口香糖的终端促销A13 康师傅饮料新品上市的“坎级促销” A14 圣象地板“万人践踏”体验式促销A15 屈臣氏自我品牌实效促销A16 “李宁”赞助体育促销A17 贝塔斯曼“书友会”促销A18 壹卡会“价值网”促销索引

<<促销基础案例>>

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>