第一图书网, tushu007.com

<<促销管理的第一本书>>

图书基本信息

内容概要

《促销管理的第一本书》第一至第三章阐述了与促销相关的基本知识，第四至第十三章分别介绍了10种最重要、最常用的促销方法，这些方法包括折价券，特惠包装、持续营销规划、现金返还、抽匀和竞赛、邮寄礼品、样品计划、事业关联促销、价格折扣和贸易折扣。
对于每种方法该书都从概念、优缺点、使用策略、战略性使用等几方面作了对称性的详细介绍，特别介绍了每种方法是否以及如何适用于忠诚使用者、竞争性品牌的忠诚者、游离者、对价格敏感的购买者以及非使用者。
全书内容完备丰富，具体周到，可操作性强，极具实用价值。

作者简介

唐·舒尔茨，美国西北大学整合营销传播专业教授，阿高洛公司的总经理。该公司位于伊利诺斯州，曾经是美国促销营销协会的董事会成员。

书籍目录

推荐序译者序第一章　促销：概述及当前趋势为什么有如此巨大的增长促销中的问题重新定义促销的角色第二章　计划促销项目忠诚使用者竞争性品牌的忠诚者游离者对价格敏感的忠诚者非使用者第三章　选择适当的促销工具消费者细分和促销技巧使用行为分析模型与行为分析模型相关的其他议题回报第四章　折价券顾客使用折价券使用的流行使用折价券存在的问题分发折价券折价券的议题使用折价券的战略折价券的剩余价值第五章　特惠包装特惠包装的类型特惠包装的战略性使用特惠包装和剩余价值第六章　持续营销规划持续营销规划的类型持续营销规划的设计持续营销规划的战略性使用持续营销规划和剩余价值第七章　现金返还现金返还的使用现金返还的类型现金返还和其他促销活动顾客使用　现金返还的发展现金返还的战略性使用现金返还和剩余价值第八章　抽奖和竞赛第九章　邮寄礼品第十章　样品计划第十一章　事业关联促销第十二章　价格折扣第十三章　贸易折扣

媒体关注与评论

该书必须收藏在每个公司和机构的图书馆中。
它是商业领域中最有效的入门教材之一，既可作为新手的介绍性读本，也会使专家耳目一新。
对于每一个想更加清楚地了解促销如何与其他销售策略相配合的营销者，该书是一份宝贵的参考资料。

——克莱尔·罗森茨韦格 美国营销协会的执行董事

编辑推荐

《促销管理的第一本书》必须收藏在每个公司和机构的图书馆中。
它是商业领域中最有效的入门教材之一，既可作为新手的介绍性读本，也会使专家耳目一新。
对于每一个想更加清楚地了解促销如何与其他销售策略相配合的营销者，该书是一份宝贵的参考资料。
——克莱尔·罗森茨韦格 美国营销协会的执行董事综合美国产业领袖人物的评介称赞，我们可以告诉读者的是：由于《促销管理的第一本书》作者具有大学教授、公司总经理、营销协会董事三种身份的经历，使《促销管理的第一本书》具备入门、知识翻新、深入研究三重功效，被视为营销专业人员的必读书，营销专业学生最好的教材和参考书，企业和组织的必读书。
尤其对于那些企业图培养一支高素质的促销队伍的企业而言，《促销管理的第一本书》可作为一本非常合适的培训教材。

第一图书网, tushu007.com

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