

<<终端市场精确营销>>

图书基本信息

书名：<<终端市场精确营销>>

13位ISBN编号：9787505832831

10位ISBN编号：7505832832

出版时间：2002-1

出版时间：经济科学出版社

作者：孙曰瑶

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>

<<终端市场精确营销>>

内容概要

《终端市场精确营销》主要内容：终端市场精确营销的核心，是帮助已经采购本公司的商品，并且摆上柜台的商品的零售终端，如何不断地提高销售量。

作者始终认为，对生产性企业来讲，促进商品尽快地销售出去，是对零售终端客户的最大帮助。换言之，当企业在某个区域终端铺货阶段完成后，更长期的运作重点，就是如何促进进货的零售终端客户加快销售。

《终端市场精确营销》就是要解决这个问题。

<<终端市场精确营销>>

书籍目录

序言

第一部分 终端营销理念

一 坚持一个价值观

二 遵循两个法则

三 终端沟通的三大工具

四 创新思维的四种方式

第二部分 终端营销的链式模型

一 天大地大不如目标大

二 爹亲娘亲不如顾客亲

三 千好万好不如技术好

四 河深海深不如激情深

五 山转水转不如习惯转

第三部分 终端营销组织体系设计

.....

第四部分 终端营销计划管理体系设计

.....

第五部分 成为终端客户

<<终端市场精确营销>>

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>