

<<珠宝营销策略>>

图书基本信息

书名：<<珠宝营销策略>>

13位ISBN编号：9787562511243

10位ISBN编号：7562511241

出版时间：1996-11

出版时间：中国地质大学出版社

作者：王昶

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>

<<珠宝营销策略>>

内容概要

内容简介

《珠宝营销策略》，是以介绍珠宝行业营销策略为主的一本专著。

其

内容主要包括：一般市场与市场营销管理，珠宝营销的过程，珠宝消费心理，珠宝营销方面的各种策略，珠宝店的经营与管理，珠宝首饰的拍卖，珠宝店的购物环境、橱窗设计，等等。

本书不仅是珠宝首饰行业经

营者的必备读物，对广大珠宝专业的学生和关心珠宝首饰行业的读者，也是一本有价值的参考书。

<<珠宝营销策略>>

书籍目录

目录

第一章 概论

第一节 市场与市场营销管理

一 商品

二 市场的含义

三 消费品市场

四 影响消费品市场需求的因素

第二节 市场营销的观念

一 生产观念

二 产品观念

三 推销观念

四 营销观念

五 市场营销组合观念

第二章 珠宝营销的过程

第一节 珠宝的商品属性

一 影响珠宝价值的主要因素

二 珠宝市场的主要特征

三 宝石的质量与估价

第二节 珠宝营销的基本环节及制约因素

一 珠宝营销的基本环节

二 影响珠宝营销的非可控因素

第三节 国际珠宝贸易概况和中国的珠宝消费市场

一 国际珠宝贸易

二 中国的珠宝消费市场

第三章 珠宝消费心理

第一节 消费者的心理需要

一 需要的种类与特点

二 马斯洛 (A Maslow) 的需要层次理论

三 心理需要的特征

第二节 消费者的购买动机

一 购买动机及其特点

二 购买动机的类型

第三节 消费者的购买行为

一 消费者的购买过程

二 消费者购买行为分类

第四节 珠宝首饰消费心理特征分析

一 珠宝首饰消费心理

二 不同类型珠宝消费者的心理特征分析

第四章 珠宝的产品和价格策略

第一节 产品策略

一 产品的概念与珠宝产品

二 珠宝产品的特征

三 珠宝首饰与款式设计

四 珠宝产品与包装

第二节 珠宝贸易的价格特点

<<珠宝营销策略>>

- 一 珠宝的品种和档次的确定
- 二 珠宝贸易的价格特点
- 第三节 珠宝的质量评估与价格的关系
 - 一 钻石的质量评估与价格的关系
 - 二 有色宝石的质量评估与价格的关系
 - 三 珍珠的质量评估与价格的关系
- 第四节 珠宝产品的定价策略
 - 一 珠宝产品的价格构成
 - 二 珠宝产品定价应考虑的因素
 - 三 珠宝产品的定价策略
- 第五章 珠宝的销售和促销策略
 - 第一节 销售策略
 - 一 销售渠道的一般概念
 - 二 珠宝中间商
 - 三 影响销售渠道的因素
 - 四 销售渠道的选择
 - 五 展销在珠宝销售中的作用
 - 第二节 促销策略
 - 一 珠宝产品的人员推销
 - 二 珠宝产品的广告策略
 - 三 珠宝产品的促销与公共关系
 - 第三节 珠宝业生产营销中应实行规范化管理
 - 一 根据市场需求适度发展珠宝生产企业
 - 二 严把珠宝首饰产品质量关
 - 三 加强调查研究, 主动适应市场
- 第六章 珠宝店的经营与管理
 - 第一节 购物环境的布局
 - 一 珠宝店外部环境与营销
 - 二 珠宝店的内部环境与营销
 - 第二节 珠宝店的橱窗设计
 - 一 橱窗设计的基本方法
 - 二 珠宝店橱窗设计的构思
 - 三 橱窗的装饰
 - 四 橱窗的标志
 - 五 珠宝橱窗设计的主题
 - 第三节 珠宝店的形象与营销
 - 第四节 珠宝店营业员的心理品质
 - 一 营业员的营业行为与心理品质的关系
 - 二 营业员的心理品质
 - 第五节 珠宝店营业员和消费者的心理沟通
 - 一 购买过程中的心理发展阶段
 - 二 珠宝店营业员与消费者的心理沟通
 - 三 优秀的珠宝营业员的特点
 - 第六节 珠宝店销售中应遵守的职业道德
- 第七章 拍卖与珠宝
 - 第一节 拍卖简介
 - 一 拍卖和拍卖的过程

<<珠宝营销策略>>

二 世界著名的拍卖行和拍卖的有关珠宝的纪录
价格

第二节 珠宝拍卖

一 珠宝拍卖的意义

二 中国的珠宝拍卖

三 珠宝拍卖的过程

参考文献

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>