

<<终端拦截>>

图书基本信息

书名：<<终端拦截>>

13位ISBN编号：9787806773550

10位ISBN编号：780677355X

出版时间：2003-1

出版时间：广东经济

作者：朱海松,江宁

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>

<<终端拦截>>

内容概要

本书是目前中国营销书籍当中，第一本系统描述终端方面的专业书，有大量的一线操作的方法和流程，同时还配上了一些有名的案例。

这本书是站在广告公司的角度编写的有关市场营销方面的专业书籍，这本身也说明了从市场的角度来看待广告是广告经营者为客户创造市场销售奇迹的必经之路。

这本书提供了这样的视角，如果你是市场营销人员，你可以从以下的角度来看这本书：

- 在制定营销计划时怎样把终端考虑进来
- 在制定广告计划时怎样运用终端
- 在执行营销计划时如何把握终端
- 在执行广告计划时如何管理终端
- 在走访市场时如何监督完善终端
- 如何制定终端导购手册
- 作为企业的市场部人员如何配合一、二级广告代理公司展开工作

如果这些案例中有你的竞争对手，坦白说，他们当初就是这么做的；如果跟你不是同行业的，但隔行不隔理，一些原则性的东西同样适合你的企业。

如果你是广告公司的策划人员，你可以通过这本书考虑以下几个问题：

- 在为客户做广告策划时，如何展现终端
- 在为客户做创意时，终端是如何表现的
- 当客户提出要强化终端时，你对终端的认识有多深入，这很重要
- 当你的大创意延展到终端时，你的设计是否构思巧妙，引人入胜
- 当客户提出广告预算如何分配时，你是否能利用你丰富的终端知识告诉客户把钱花在他能看见的地方——终端。

- 什么样的终端构造才能适合你为客户制定的促销计划
- 当客户提出让你帮助管理终端时你如何入手
- 当你为客户建立品牌计划时你是如何利用终端来支持你的计划的
- 如果你是一级代理公司，你是如何帮助企业构筑二级广告代理制的
- 如果你是二级代理公司，你是如何配合一级广告代理完善和执行企业的广告策略的
- 作为广告公司，如果你想成为广告代理公司，你可以了解到企业是通过何种方式评估你的

<<终端拦截>>

书籍目录

前言

一 认识终端

二 决胜终端

三 终端的消费行为

四 从消费者的角度看终端

五 终端销售气氛营造

六 终端促销推进

七 终端促销的程序管理

八 终端传播管理

九 终端促销展开的前、中、后管理

十一、二级广告代理公司的管理

十一 超级终端的兴起

十二 终端导购人员培训

十三 案例研究

参考资料

后记

<<终端拦截>>

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>