第一图书网, tushu007.com

<<决战旅游营销>>

图书基本信息

书名：<<决战旅游营销>>

13位ISBN编号：9787807664697

10位ISBN编号：780766469X

出版时间：2013-3

出版时间：广东旅游出版社

作者：范一鸿

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

内容概要

《决战旅游营销:最懂游客心理的营销读本》是一本通俗易懂的主要针对景区旅游的营销读本，全书以故事与案例相结合的形式介绍了营销的过程、营销的技巧、营销的舞台、营销的伴侣、策划的秘籍、策划的盟友、策划的杀手锏和营销的表情八项内容，书本的最后附录精选的八个景区营销成功案例，故事诙谐又富有哲理，案例典型具有可复制性，实操性强。

作者简介

范一鸿，本名范建春，山东德州人，郑州大学新闻系毕业。
曾在郑州晚报供职多年，做过编辑、记者、旅游工作室主任等。
2006年起开始从事专业的旅游营销策划工作，先后出任郑州深度风景营销策划有限公司策划总监、腾讯旅游华中运营中心首席策划师、河南省启亚旅游文化传媒有限公司执行总经理等职，主持并策划了河南、山东、山西等地多家旅游景区的市场营销推广，取得了丰硕的成果。
其故事营销理论为多家旅游景区打开了市场。

<<决战旅游营销>>

书籍目录

开场白：故事里的事，说是就是 5第1章：故事里的相亲之旅——营销的过程 8一、营销三部曲之一：自我认知 11二、营销三部曲之二：自我介绍 18三、营销三部曲之三：自我推销 24第2章：看谁的故事更动听——营销的技巧 30四、故事元素一：吹牛 33五、故事元素二：合拍 40六、故事元素三：鲜活 45第3章：小心别把故事讲砸了——营销的舞台 51七、舞台票房：脆弱了点 54八、舞台观众：复杂了点 67九、舞台搭建：形式了点 72第4章：策划总是冲在前——营销的伴侣 82十、策划原则一：创新 85十一、策划原则二：系统 90十二、策划原则三：可行 95第5章：创意是块橡皮糖——策划的秘籍 100十三、橡皮糖法则一：意外 108十四、橡皮糖法则二：情感 116十五、橡皮糖法则三：快感 120第6章：媒体这张虎皮——策划的盟友 128十六、媒体概念：一切载体 131十七、媒体合作：投其所好 135十八、媒体营销：没事找事 140第7章：炒作是首动听的歌——策划的杀手锏 146十九、炒作方法一：出奇 149二十、炒作方法二：争议 155二十一、炒作方法三：反向 157第8章：广告笑起来很好看——营销的表情 160二十二、广告特性：个性化 164二十三、广告内容：形象化 167二十四、广告发布：灵活化 171附录：案例选编一、蒙山国家森林公园市场营销策划方案（市场定位篇） 177二、鹤园旅游市场开发营销策划方案（战略营销篇） 183三、国际动物嘉年华活动营销策划方案（营销活动篇） 188四、真爱相约凤凰欢乐谷活动营销策划方案（营销活动篇） 193五、普兰斯薰衣草庄园首届“ 薰衣草节 ”策划方案（营销活动篇) 197六、河南新密九里山景区新闻营销纪实（新闻营销篇） 200七、葫蒌蜂整体搬家，凤凰山景区封山5天保游客安全（新闻营销篇） 211八、“ 诸城旅游 ”河南市场营销策划方案（营销策划篇） 216

编辑推荐

《决战旅游营销:最懂游客心理的营销读本》是一本最懂游客心理的景区旅游营销宝典；作者从事旅游市场营销工作十多年，具有深厚的旅游营销理论知识及丰富的景区旅游营销实战经验；简明理论、新颖分析、诙谐有趣的故事和典型的可复制的案例相结合，旅游营销知识通俗易懂，实操性强。

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