

直复营销



[直复营销 下载链接1](#)

著者:胡小伟

出版者:企业管理出版社

出版时间:1996-01

装帧:平装

isbn:9787800016301

简介

直复营销起源于美国，时至今日已被世界所有发达国家的几乎所有企业所普遍采用。在美国，通过直复营销方式实现的销售额已占整个零售额的60%；在港、台地区，直复营销已占据了零售业的主导地位；在我国，直复营销也必将象连锁经营、超级市场、仓储式销售一样风行大江南北。

本书从实用性、操作性的角度，对被西方营销学家称之为“划时代的营销”革命的直复营销作了全面的、系统的介绍。书中不但指导企业如何制定和实施直复营销的战略计划、营销组合策略和效果测试，而且对风靡全球的数据库营销、电话营销、邮件广告等实际运作技巧进行了详细的介绍。与之相配，书中还附有许多极富启发性的案例，以供各类读者借鉴。

本书既适合于社会上所有对直复营销有兴趣的各界读者，也可作为大学

商学、市场营销等专业的专业教材。

作者介绍:

目录: 目录

总论篇

第一章 无店铺零售的起源

1.1 营销渠道的本质

1.2 营销渠道基本型态和选择

1.3 零售企业演变的理论

1.4 无店铺零售业的兴起

直复市场营销篇

第二章 直复市场营销的基本问题

2.1 直复市场营销的概念

2.2 直复市场营销与传统的市场营销传统广告的区别

第三章 直复市场营销的发展

3.1 直复市场营销在美国的发展

3.2 直复市场营销在台湾地区的发展

3.3 直复市场营销发展的原因

附一：直复市场营销的发展所能带来的商业机会

第四章 直复市场营销的战略计划

4.1 角色与功能

4.2 直复市场营销的任务

4.3 实施直复市场营销的步骤

4.4 直复市场营销的主要决策

附一：直复市场营销成功的战略规划范例

附二：直复市场营销成功的要素

附三：合格的直复市场营销经理的主要标准

附四：顾客终身价值的计算方法

第五章 直复市场营销的营销组合决策

5.1 产品组合

5.2 订价策略

5.3 媒体的选择

5.4 媒体策略

5.5 创意策略

附一：朋·亚美公司直复市场营销活动中的营销组合决策

附二：最新的直复市场营销媒体

第六章 数据库的制作与管理

6.1 数据库与数据库营销

6.2 名单的基本概念

6.3 名单的制作法

附一：请顾客填写资料卡成功的范例

6.4 准顾客名单的制作

6.5 名单的分类与修整

6.6 数据库的建立与管理

附二：评估名单的十二项准则

附三：数据库和市场研究的结合

附四：数据库中的数据输入与输出（含案例）

第七章 直复市场营销的测试

7.1 测试中的基本问题

7.2 测试的方法和技巧

7.3 盈亏计算

附：直复市场营销的管理检查表

直接邮件广告篇

第八章 直接邮件广告概述

8.1什么是直接邮件广告

8.2直接邮件广告的功能

8.3直接邮件广告的内容

附一：日本的直接邮购

附二：变化中的美国邮购业

附三：欧美邮购业辉师亚洲

第九章 直接邮件广告的制作与发送

9.1策划、制作的准备工作

9.2广告文稿的制作

9.3直接邮件广告的发送方式

9.4直接邮件广告的效果及实例

9.5直接邮件广告的后续处理作业

附一：案例研究

附二：制作直接邮件广告书写及画面安排之前的十四点提示

附三：直接邮件广告中创意工作的要点

附四：提高你画面质量的十一项非创意性的提示

附五：直接邮件广告中常犯的错误

附六：邮订广告简介

电话营销篇

第十章 电话营销概述

10.1电话营销的定义

10.2电话营销组合

第十一章 电话营销的实施

11.1开展电话营销的基本条件

11.2电话促销的实施

11.3电话营销的实务处理

11.4电话营销的总结作业

11.5电话营销的配合体系

11.6案例：蒙哥马利的电话营销

附：直接邮购和电话订购零售业在日本、西欧

的发展概况

第十二章 建立电话总部

12.1规划你的总部中心布局

12.2获取跟踪记录和报告

12.3采用的电话设备

12.4向通讯专家咨询

附：电话总部的自我检查

第十三章 表格的运用

13.1打电话前的资料整理清单

13.2销售介绍工作单

13.3每日新开发业务

13.4客户身份卡

13.5电话跟踪检查

13.6每周发展报告

13.7销售介绍报告卡

13.8电话一一辅助服务中心

小结

第十四章 电话营销人员的心理训练

14.1战胜对销售的恐惧

附一：战胜恐惧的自我测验

14.2树立自信心

14.3发展电话营销中的自信心

附二：树立自信心的自我测验

附三：发展自信心的自我检查

第十五章 电话营销中的技巧

15.1电话营销中的听、说技巧

附一：听、说技巧的自我测验

15.2疏导拒买顾客的技巧

附二：疏导拒买顾客技巧的自我测验

15.3成功约晤客户的技巧

附三：电话营销的技巧

附四：电话营销自我评估表

附五：电话谈话的十大步骤

第十六章 完成销售

16.1向两种类型的顾客推销

16.2选择进入市场的产品或服务

16.3电话推销的准备工作

16.4完成销售

借鉴篇

第十七章 案例选编

案例一 花旗公司运用直复营销策略，成功地打开了新市场的 大门

案例二 美国电报电话公司（AT&T）抵押贷款处理软件

案例三IBM系统软件销售案例

案例四《读者文摘》的“二分钱”策略

案例五 菲利浦·摩里斯的无品牌香烟广告策略

· · · · · (收起)

[直复营销 下载链接1](#)

标签

日积月累——我的藏书

评论

派力营销出的一本96年的书。印刷不是很好。不过干货很多。至今依然有收获。屈云波确实很厉害！

[直复营销 下载链接1](#)

书评

[直复营销 下载链接1](#)