

分销王--无店铺售卖策划与设计



[分销王--无店铺售卖策划与设计_下载链接1](#)

著者:李飞

出版者:首都经济贸易大学出版社

出版时间:1995-11

装帧:平装

isbn:9787563805099

内容提要

本书对无店铺售卖的各种形式进行了分析，对其运作方法与程序进行了详尽的说明，并介绍了各种无店铺售卖形式的起源、国内外发展概况，以及世界上著名的无店铺售卖公司。

本书主要内容包括：直接销售的策划与设计，如上门推销、办公室推销、家庭聚会销售、多层次传销等；直效营销的策划与设计，如目录营销、直达邮购、电话营销、电视直效营销、电台报刊直效营销等；自动售货的策划与设计；无店铺售卖公司的制度规范与运作实例等。

本书追求理论深度和实用操作，注重纵向的历史分析和横向的国际比较。本书内容容量大、知识性强，是无店铺经营的实用指

南，是工商业经营管理人员及高等经济院校师生的必读之书。

作者介绍:

作者简介

李飞，笔名双翼，经济学硕士，毕业于北京商学院。现任国内贸易部北京商业管理干部学院市场系副主任。曾就读于法国巴黎第八大学，实地考察过西欧法、英、意、比、荷等国的市场与商业。致力于中西方市场与商业的比较研究，并实际参与了百货商店、娱乐俱乐部及产品的营销策划工作。在《中国名牌》、《名品消费》等多家报刊主持过栏目。主要著作有：《比较商业概论》、《商业论》（合著）、《中国第一商战》（合著）、《国外市场100景》和《高级推销员指南》等近十部。

目录: 目录

第一部分 总论篇——无店铺售卖对人类的影响
一、焦点透视——揭开无店铺售卖的面纱
（一）营销时代来临
（二）条条大道通罗马
（三）无店铺售卖家族
（四）人类进步的伴生物——无店铺经营
二、纵向浏览——追寻无店铺售卖的足迹

- (一) 无店铺售卖的发展阶段
 - (二) 古老的无店铺售卖：露天集市与走街串巷
 - (三) 近代的无店铺售卖：邮购走千家
 - (四) 现代的无店铺售卖：信息媒体渗入
- 三、横向环顾——全球无店铺售卖扫描

- (一) 美国的无店铺售卖
 - (二) 西欧的无店铺售卖
 - (三) 日本的无店铺售卖
 - (四) 中国台湾的无店铺售卖
 - (五) 中国大陆的无店铺售卖
- 第二部分 策划篇——无店铺售卖的策划与设计
- 四、创业秘诀——无店铺售卖的整体策划

- (一) 启动之前先充电
 - (二) 筹措创业资金
 - (三) 选择无店铺经营方式
 - (四) 组建公司
- 五、人力中心——直接销售的策划与设计

- (一) 直接销售的策划前提
 - (二) 直接销售形式的选择
 - (三) 直接销售组织的建立
 - (四) 直接销售的营销策划
 - (五) 多层传销的策划与设计
- 六、媒体中心——直效营销的策划与设计

- (一) 直效营销的整体策划
 - (二) 建立顾客数据资料库
 - (三) 组织适当的产品和服务
 - (四) 选择有效的信息媒体
 - (五) 目录营销的策划与设计
 - (六) 直达信函营销 (DMM) 的策划与设计,
 - (七) 电话营销的策划与设计
 - (八) 电视营销的策划与设计
 - (九) 其他媒体直效营销的策划与设计
- 七、机器中心——自动售货的策划与设计

- (一) 自动售货的决策
 - (二) 自动售货的营销策划
 - (三) 自动售货的管理
- 第三部分 运作篇——无店铺售卖的制度与范例
- 八、运行规则——无店铺售卖的程序与制度

- (一) 直接销售的程序与制度
 - (二) 直效营销的程序与制度
- 九、精典范例——无店铺售卖的巨头公司
- (一) 雅芳 (Avon) 化妆品公司
 - (二) 仙妮蕾德 (Sunrider) 公司
 - (三) 拉·哈独特 (LaRedoute) 目录营销公司
 - (四) 日本电话营销公司
 - (五) 《读者文摘》的邮购策划
 - (六) 花旗公司的直效营销策划

参改书目

• • • • • ([收起](#))

[分销王--无店铺售卖策划与设计_下载链接1](#)

标签

评论

[分销王--无店铺售卖策划与设计_下载链接1](#)

书评

[分销王--无店铺售卖策划与设计_下载链接1](#)