

消费品促销



[消费品促销_下载链接1](#)

著者:刘永炬

出版者:企业管理出版社

出版时间:1999-11

装帧:平装

isbn:9787801472977

作者介绍:

刘永炬

1957年出生.北京人·高级营销

顾问.在市场一线从事营销企划和市场

推广20余年先后担任过顶好制油有限

公司企划副理.北京可口可乐饮料有限

公司市场部经理.万邦集团翰禹茶品有

限公司总经理.北京格林洛德公司营销

副总经理·在市场规模和销售推广方面

积累了丰富的实战经验·曾参与或主持

的项目有:顶好清香油.康菜蛋酥卷.

康师傅方便面.可口可乐饮料.乖乖食

品.国氏全营养素.雅莱减肥饼干.白

象.正好方便面.广东美的空调.承德

露露.爱慕内衣.熊猫彩电.巨无霸手

机电池等·现任北京东方战略企业营销

策划有限公司总经理.北京东方红叶广

告公司总经理·正主编《东方战略实战

营销丛书》。

目录: 目录

序

第一篇 促销及其企划的概述

第一章 为什么要进行促销

促销就是沟通

认识主要的促销方式

促销方式之间的区别

促销的可见利益

促销的效能

促销对产品销售的补充作用

促销与促销活动的区别

第二章 促销实战企划

促销基本策略

影响促销的主要因素

促销企划的常见步骤

促销企划书的基本构架
时机掌控之一——产品生命周期
时机掌控之二——产品销售季节性
促销活动中的要点说明
第二篇 实战过程解析
第三章 获取市场第一手资料
促销形势调查
消费者调查的主要内容
了解你的购买者
促销调查实用表格分析
中间商信息的调查分析
消费者信息的调查分析
企业内部信息的调查分析
企业的问题点与机会点
正确认识企业的市场机会
促销活动中的要点说明
第四章 确定需要达成的目标
正确认识企业的促销目标
促销目标的分类说明
目标的层次结构
如何设定促销目标
设定沟通目标
常见的促销目标
促销活动中的要点说明
第五章 选择应攻克的主要对象
选择促销对象的意义
对不同对象促销的理由
谁是我们的促销重点
选择促销对象的基本步骤
为什么要确定目标消费者群
确定目标消费者群的方法
促销活动中的要点说明
第六章 巧妙运用促销方式
广告宣传
销售促进
人员推销
公关宣传
促销活动中的要点说明
第七章 严格的促销规划
促销规划概述
促销规划的步骤
促销时间规划
促销预算规划
促销行动规划
促销组织规划
促销规划的特色要求
促销活动中的要点说明
第八章 控制关键环节
促销推广
人员推销管理
产品管理
物流管理
价格管理及控制
促销活动中的要点说明

第九章 及时准确的效果评估
广告效果评估
人员推销评估
销售促进评估
公关宣传评估
促销活动中的要点说明
第三篇 实战案例剖析
第十章 某企业促销活动企划案
第一部分：促销背景
第二部分：促销策略与计划
第三部分：促销组织
第四部分：促销执行与控制
第五部分：促销效果评估
· · · · · (收起)

[消费品促销_下载链接1](#)

标签

评论

[消费品促销_下载链接1](#)

书评

[消费品促销_下载链接1](#)