

终端



[终端_下载链接1](#)

著者:范云峰

出版者:京华出版社

出版时间:2004-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787806008447

《终端》图文并茂、案例丰富，从认识终端、跨越终端费用、硬终端管理、终端信息管

理、终端导购管理等方面进行详细阐述。

企业究竟应该怎样应对这个决胜终端的时代？是不是企业的产品铺到终端就可以高枕无忧了？是不是只要产品的包装、装饰引人注目就可以吸引消费者眼球了？是不是卖场的陈列摆设价值与目标消费者的价值需求、竞争局势进行无缝的完美融合就获得了市场先机呢？是不是终端SP活动一开展，企业的销售收入马上就会迅速提高呢？是不是终端导购人员的一个甜蜜的微笑就能把消费者“电倒”了呢？……

但至少有一点毫无疑问：处于终端朝代，谁的产品能以目标消费者最易察觉的形式体现消费者最注目与关心的要素，谁就能获得最有利的品牌与市场地位。企业只有持续不断地运用系统化、全面化、优势化的战略眼光才能真正构建起终端的竞争力。

作者介绍:

范云峰，中国营销管理实力派代表人物

，中国市场营销协会执行会长，中国营销学会副会长，中国市场学会理事，清华大学CEO营销课程客座教授

，北京工商大学硕士生导师，中国商贸专家委员会委员，中国杰出营销奖评委，品牌中国联盟专家成员，中国十大企业培训师，中国十大策划专家，品牌中国十大专家，改革30年中国营销，策划界领军人物之一

，为上海康洁、吴江福华世家、大地集团、同济东莞医院、黑龙江嫩江县人民政府等数十家企事业政府顾问。出版《深度分销》、《沟通创造客户价值》、《邮政渠道营销》、《客户不是上帝》《换个思维找客户》、《做个赚钱的经销商》《恋爱营销》《谈判高手》等50余部专著，是《中国经营报》《中国质量与品牌》《市场周刊》等20余家报刊专家顾问，

在《销售与市场》《中国经营报》等多家报刊上发表论文300余篇，应邀到韩国、日本、马来西亚、新西兰、加拿大、澳大利亚等国讲学，擅长营销策略、策划咨询、综合管理、营销管理、营销策划、客户管理、渠道与品牌建设、银行营销、医院营销和酒店营销等。

在书画方面，范云峰先生8岁师从著名书画艺术家唐玉润先生学习书画艺术，并得到著名山水画家郑玉昆先生的教导，经多年潜心研习，成为真、草、隶、行诸体及花鸟、山水皆能的书画家，擅长花鸟画，尤长行书。其书法浑厚刚健、气势磅礴，书风朴实大方、法度严谨、格调清新。作品多次参加全国重大展览，多次获奖。自1986年10月首次举办个人作品展至今，先后出访日本、新加坡、韩国、马来西亚、新西兰、加拿大等国并举办书画作品展。其作品被国家领导人、国外元首及众多馆、院、阁和商人友人收藏，并当作互赠礼品，深得好评，颇受关注，颇有影响。

在《中国书画报》、《书法》、《美术》、《书画研究》多次发表其作品，其作品还分别勒石于“黄河碑林”、“三青山碑林”等名胜游览区。《中国当代书画篆刻家辞典》、《中国当代青年书画家辞典》、《世界各国国名、国都书法集》、《海外河南籍著名书画家作品集》、《中国画名家作品展作品集》、《中国牡丹书画名家作品展作品集》、《当代实力派书画精品集》、《新版传世名画》、《中国画坛实力派书画精品集》及《新中国美术家大典》等大型辞书、专集中分别收入有先生的作品。《天然之作》、《怎样收藏书画》等10万余字的书画评论文章先后发表，登于多家报纸、杂志，其艺术传略被多家报刊、电台、电视台报道。91、92年分别出版年画《花香鹤舞》、《松鹤延年》，1997年由河南美术出版社出版《范云峰书画集》，2009年国家邮政局发行《花开富贵》6张一套贺年卡明信片，2010年出版《范云峰作品选》、2012年出版《范云峰画选》。

书法作品：5000元/平尺 小楷作品：10000元/平尺

花鸟作品：12000元/平尺 山水作品：15000元/平尺

目录: 第一章 终端到底是什么?
第二章 铺货——精耕细作才能高产
第三章 进场费——有人欢喜有人忧
第四章 理货——让消费者的眼里只有你
第五章 硬终端管理——意在顾客
第六章 SP（销售促进）——临门一脚
第七章 终端信息——你的第三只眼睛
第八章 导购——用嘴巴做广告
· · · · · (收起)

[终端_下载链接1](#)

标签

营销

范云峰

市场营销

客户

评论

[终端_下载链接1](#)

书评

终端_下载链接1