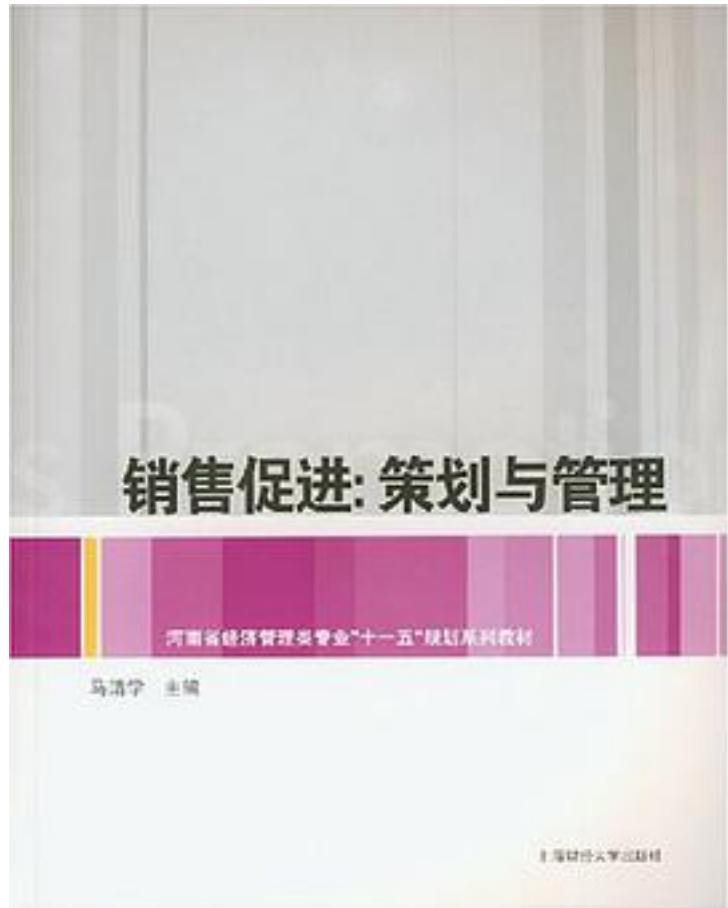


销售促进



[销售促进 下载链接1](#)

著者:马清学

出版者:上海财经大学出版社

出版时间:2007-11

装帧:

isbn:9787564200534

本书为“河南省经济管理类专业十一五规划系列教材”之一。全书共分十六章。第一章首先从理论上对销售促进策划与管理进行了概述；第2～第10章介绍了九种常见的销售促进工具，而且这九种销售促进工具是按照价格促销、赠品促销、有奖销售及游戏竞赛、会员制促销这样一种逻辑排列的；第11章～第15章分别介绍了节假日促销、商品展

示促销、联合促销、文化与表演促销、针对中间商促销，这些并非具体的销售促进工具，但为九种销售促进工具的综合运用提供了平台或机会；最后一章阐述了销售促进评估和控制。

作者介绍：

目录：

[销售促进 下载链接1](#)

标签

评论

[销售促进 下载链接1](#)

书评

[销售促进 下载链接1](#)