

<<会议营销>>

图书基本信息

书名：<<会议营销>>

13位ISBN编号：9787302122425

10位ISBN编号：7302122423

出版时间：2006年02月

出版时间：清华大学出版社

作者：蜥蜴团队

页数：223

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<会议营销>>

### 前言

本书是蜥蜴团队根据自身和同行的实践并结合相关理论，系统分析、总结而成。重点探讨会议营销的主要形式——联谊会营销，也涉及餐饮会营销等形式。会议营销作为切合中国本土实际的一种有效销售手段，在一些企业经营中发挥了不可忽视的作用。然而，近年来一些企业不考虑自身产品、品牌、团队等实际因素，盲目跟风，恶性竞争，使会议营销出现了一些发人深思的问题。总的说来，会议营销这些年的实践，有可圈可点之处，但问题同样不少。因此，本书在总结以往企业会议营销成功经验的同时，也指出了存在的一些问题，目的在于总结与探讨。重要的是，希望在总结过去经验的基础上，认真地思考未来的会议营销怎么走。

.. 经..

## <<会议营销>>

### 内容概要

《会议营销：撕开同质化市场的利器》是蜥蜴团队根据自身和同行的实践并结合相关理论，系统分析、总结而成的，直销实战第一线，是国内第一本会议营销实战典籍。全书重点探讨了会议营销的主要形式——联谊会营销，也涉及餐饮会营销等形式。数据库营销的理念，一对一营销的技巧，会议气氛的营控手段，本土化的实施细节。

## &lt;&lt;会议营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 会议营销——本土化的营销利器一、会议营销——产生于本土，发力于终端二、双刃剑——会议营销的优势和问题三、“宝剑”配“英雄”——你的企业适合做会议营销吗四、细节创造完美——会议营销的三个阶段26个环节五、定位与策略——会议营销中的战略策划第二篇 未雨绸缪——会前准备要缜密充分一、借题发挥——如何确定会议主题二、方法与意志的结合——如何收集顾客信息三、精确营销的开始——准顾客档案的整理和筛选四、“慢火细焖”——会前预热五、打造你的语音魅力——电话邀约六、把“敬”的功夫做足——登门邀约第三篇 精确来自细节——巧妙把控会议现场一、事事有准备——临战前的准备更是必不可少二、营造一个合适的舞台——会场选择与布置三、先声“感”人——迎宾与接待四、介绍产品的技巧——从尊重自己的产品做起五、营造企业的层次感——企业领导讲话六、现场导演的技巧——主持人串词七、整合传播——会中气氛控制八、借力于专业人士——专家与讲座九、榜样的力量——让顾客发言说你好十、醉翁之意——借检测和咨询促销十一、成交的技巧——如何在会议现场“抓人”购买十二、吃吃喝喝的学问——如何操作餐饮会十三、指标细分，考核量化——如何用指标考核来提升会议营销效果十四、纪律保证效率——会场纪律与奖惩第四篇 会后服务——走向成功的催化剂一、趁热打铁——会后当天该做的几件事二、表现诚意的最佳时机——回访三、让新顾客成为老顾客——第二次邀约四、服务的规范化——什么是售后静态定式化服务五、服务的针对性——什么是售后动态随机性服务和动态管理六、做合格“出气桶”——如何处理售后投诉七、怎样把服务落到实处——服务质量的监测和考核第五篇 “招之即来，来之能战”——会议营销的团队与制度建设一、会议营销的根基——搭建一个稳固的组织大厦二、规矩与方圆——用制度来管人三、如何建立一个合理的薪酬体系——要体现向上的拉力和向心的凝聚力四、细节见功夫——日常管理与激励五、“小手花大钱”——财务管理严格点六、如何防止跳槽销售代表带走顾客——注意对企业行为和个人行为的区分七、“授人以渔”——培训好你的员工八、脸面问题——选一个好的办公环境九、快速发展的途径——借用别人的销售网络第六篇 谋略——会议营销三十六计第七篇 向前看——会议营销的未来发展方向一、一个例子——天年的特许经营之路二、别了，磕头营销——会议营销将往哪里去附录：会议营销常用工具表格

## <<会议营销>>

### 媒体关注与评论

《会议营销》一书对会议营销这一营销模式进行了深刻的总结与思考，有许多新颖独特的观点，充分体现出了蜥蜴团队在医药保健品营销领域的丰富实战经验和理论高度。

——贾亚光(中国保健协会副秘书长) 这本书的出版非常及时，可以为对会议营销感兴趣和在会议营销中陷入困境的业内人士指点迷津，可以说是指导会议营销的一本教科书，相信一定会对保健行业的企业家和各界人士提供有益的参考和借鉴。

——徐华锋(中国保健协会副秘书长)

## <<会议营销>>

### 编辑推荐

《会议营销：撕开同质化市场的利器》对会议营销的从业者、希望或即将进入会议营销的企业和个人、想了解会议营销的研究者，都有很强的指导意义或参考价值。

<<会议营销>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>