

<<新终端营销一本通>>

图书基本信息

书名：<<新终端营销一本通>>

13位ISBN编号：9787501784202

10位ISBN编号：7501784205

出版时间：2008-6

出版时间：中国经济出版社

作者：李野新

页数：266

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>

<<新终端营销一本通>>

内容概要

终端的重要性已被众多的生产企业和商家所认识，以至于有人在营销实践中提出了“终端为王”的观点。

虽然生产企业、商家天天都在终端摸、爬、滚、打，但要零距离观察终端、认识终端的重要性，找到终端的制胜方略也并非易事。

从某种程度上说，谁先抓住终端先机，制胜终端，谁就能够取得营销全局的胜利。

本书总结了近年来国内关于终端管理研究的大量文献和作者对终端运作研究的心得，系统解读了终端营销的概念，指出了终端营销当前的误区，并对终端实战进行系统特训，尤其对于终端营销的市场调研、铺货、陈列、导购、包装、传播、促销、管理等的最新进展进行了梳理和剖析，形成了最贴近目前市场情况的终端营销内训教程，是企业及销售人员决胜终端的利器。

本书不同于一般的教科书，它既有系统的基础理论介绍，又有从实践中总结出来的适用经验、生动的案例、独特的思想闪光点，而且内容具有连贯性且相对独立，具有可操作性，读者可根据需要参阅其中的内容。

本书不仅适用于刚刚涉足终端营销相关工作的基层销售人员而且对于国内各行业企业的高层管理、营销策略制定者与中层执行者也同样具有莫大裨益与指导价值。

本书适用于日用消费品和健康产品生产企业、流通企业、零售企业中高层决策人员、总部营销人员、区域市场营销人员、区域各级别代理商，及咨询、培训、策划、广告从业人员，企业营销管理者、区域销售主管、终端业务人员、营销专业的学生以及学术研究人员。

我非常希望此书能成为中国企业身边有效的成长辅导与展业工具，拿来即用的实战兵法。

<<新终端营销一本通>>

作者简介

李野新，中国资深品牌爆冷实战专家；中国生产力协会专家委员会专家；北京大学管理案例研究中心特聘讲师；首届中国企业职业经理人“中国十大最具影响力职业CEO”之一；“中国十大杰出营销经理人”之一；历任吉林远东药业集团总裁，香港上市公司东北虎药业总裁，修正集团生物公司策划总监、营销常务副总经理等高管职位，系博锐管理在线、华夏营销网、中国营销传播网、中国培训师网、中国策划专业网、中国直销传播网等30多家专业营销网站特约专家和专栏作者。

<<新终端营销一本通>>

书籍目录

代序第一章 终端营销概念解读 一、终端营销概念解读 终端营销的概念 有效终端的概念 终端活化的概念 终端相关的常识 终端的发展趋势 二、全面认识终端营销 终端的基本分类 终端的四大价值 终端营销的价值 终端营销的条件 终端营销的目的 终端营销的形式 终端营销的过程 终端营销的重点 终端工作的原则 三、终端营销观念误区 四、终端营销建设陷阱第二章 终端经理推广内容 一、终端经理推广角色定位 二、终端经理推广岗位职责 终端推广 导购管理 公关推广 团队建设 终端建设 物料管理 费用管理 广告管理 问题处理 三、终端经理时间管理要点 排定优先次序的各种因素平衡原则 区分四类工作性质的优先次序 列出每日工作计划表 正确的处事观念 正确的做事方法第三章 终端调研实战特训 一、终端调研的作用 二、终端调研的内容 三、终端调研的原则 四、终端调研的步骤 调研准备 调研设计 调研执行 五、终端调研的方法 访问法 观察法 实验法 问卷法 抽样法第四章 终端铺货实战特训 一、终端铺货的意义 二、终端铺货的要求 三、铺货前的准备 四、终端铺货率调查 五、把握终端铺货量 六、终端铺货的促销 七、终端铺货的技巧 找出准客户的潜在需求 终端店主心理防线分析 减小铺货阻力八大策略 直接拜访客户十技巧 处理客户拒绝 异议处理技巧 八、终端铺货的重点 处理好“网点数量”和“网点质量”的关系 处理好“前期铺货”与“后期管理”的关系 处理好“铺货量”与“实销量”的关系 处理好“铺货与广告、促销”的关系第五章 终端陈列实战特训 一、终端陈列的要求 二、终端陈列的常识 争取最好的陈列点 产品陈列决策依据 三、终端陈列实战原则 四、终端货架的争夺 货架侵略战内参 货架保卫战内参 五、终端堆头的陈列 六、商超终端的陈列 商超陈列正确心态 商超陈列实战技巧 七、终端陈列的技巧 八、陈列检验与评估第六章 终端包装实战特训 一、终端包装的作用 二、终端包装营造原则 三、POP广告包装原则 POP广告的功能 POP制作的法则 四、终端展台包装方略 选择展位的方法 展位选择误区 改变展位不佳的方法 展台制作成本的控制 五、巧用产品包装装饰第七章 终端导购实战特训 一、终端导购的流程 二、顾客抱怨的处理 抱怨产生原因 抱怨者的目的 抱怨负面影响 化解抱怨策略 顾客抱怨类型 处理抱怨步骤 处理注意事项 三、顾客异议的处理 顾客异议的表现形式 导购员异议处理态度 导购员异议处理策略 导购员异议处理方法 四、终端导购的技巧 接近顾客的技巧 商品展示的技巧 促进成交的技巧 对挑剔刻薄型顾客的导购技巧 对圆滑难缠型顾客的导购技巧 对经济实惠型顾客的导购技巧 对犹豫不决型顾客的导购技巧 对从容不迫的顾客的导购技巧 对饶舌磨牙型顾客的导购技巧 对情感冲动型顾客的导购技巧 对不同年龄顾客的导购技巧 对不同购买意向顾客的导购技巧 应对拒绝的导购技巧 五、导购员管理实务 导购员的招聘管理 导购员的常规管理 导购员的薪酬管理 导购员的培训管理 导购员的信息管理第八章 终端传播实战特训 一、终端传播的界定 二、售点广告的传播 三、终端物料的传播 四、与媒体合作技巧第九章 终端促销实战特训 一、终端促销的内容 二、终端促销的原则 三、终端促销的方法 四、终端促销的技巧 促销人员的技巧 促销活动的技巧 五、终端拦截的策略 六、终端场外的促销 七、终端促销的评估 八、终端促销的执行第十章 终端管理实战特训 一、终端人员管理攻略 终端人员会议管理 终端人员时间管理 终端人员绩效管理 终端人员团队管理 促销人员管理攻略 二、终端营销开发管理 终端六力定律 终端九千理论 终端结构统筹 终端密度均衡 终端布局调整 三、终端价格管控攻略 管好通路价格 防止假货对终端零售价格的冲击 对终端零售商的价格进行管理 四、终端激励管理攻略 激励零售商的常用手段 提升零售商店员的促销力第十一章 农村终端营销攻略 一、农村终端推广常用媒体 二、农村终端推广常用形式 义诊活动 示范活动 文艺表演 电影推广第十二章 社区终端营销攻略 一、社区终端营销传播现实意义 二、社区传播媒体的种类和特点 电梯广告媒体 社区“资讯百宝箱” 楼宇液晶电视广告 社区直投广告(DM) 社区户外公益广告及绿化带公益广告 三、适合社区推广的产品和行业 四、社区终端渗透推广常见形式 在社区设点进行现场促销 组织讲座咨询和联谊活动 开展表演、游戏和竞赛活动 为社区目标顾客提供服务 社区推广要营销配合 与物业共同策划社区活动第十三章 小型终端营销攻略 一、提高小型终端销售积极性 打消顾虑 合理利润 利益激励 促销

<<新终端营销一本通>>

支持 维护价格 专业指导 情感沟通 二、提高小型零售终端的销量 适销品种 店面陈列 跑店系统 防止断货 开辟新区 第十四章 超级终端营销攻略 一、超级终端对企业具有的利益 二、超级终端内部管理有关规定 卖场主要收取的费用结构 产品进超市应准备的资料 产品进场条款及注意事项 超级终端的主要付款方式 三、超级终端的特点及应对策略 产品在超级终端容易被“淹没” 价格是超级终端的核心竞争力 超级终端业务环节繁重 超级终端购物多为家庭型消费 超级终端常容易出现配送问题 超级终端要求产品的三大期望 进场后的后续工作有时跟不上 多数对张贴海报等广告有限制 多数超级终端允许促销员进场 节假日和超市店庆时客流量大 四、中小企业超级终端运作策略 进场之前评估盈亏 供货价要留有余地 科学选择进场品种 细化终端启动方案 超级终端进入策略 超级终端运作技巧 争取结款 优先支持 多种供货价格策略 确定各店配送比例 退换货或残损商品 五、产品进场费的应对 实战策略 进场费收取的类型 区分承担费用分类 进场费的应对策略参考资料

章节摘录

第一章 终端营销概念解读 随着市场多极化时代的到来，原来我们所熟悉的营销环境，已经变得面目全非，营销各个环节都有了全新的演绎。

营销环境的变化，其实质是营销模式的变化。

模式关乎营销环境的变化与企业营销环境的变化，大到企业文化，小到产品、价格、员工精神的变化等。

做营销不是概念炒作，也不是华丽包装。

概念与包装只是一部分支持，最重要的是创建一个创新的赢利模式。

中国消费者的理性消费还没有完全形成，品牌忠诚度是很低的，再加上商家的推波助澜，喜新厌旧就成为了消费的必然，同时中国的企业还面临着资金的压力，没有更多的钱去做上线传播。

企业家们在线上传播拼得你死我活的同时，不约而同的把目光转向了以前并不重视的终端。

对于终端认识的不断深入也是中国市场竞争成熟的开始，竞争意识和水平上了一个新的层次。

一、终端营销概念解读 终端营销的概念 终端营销是针对零售终端及经销商分销渠道各环节的销售管理作业方式，通过对目标市场区域划分，对渠道中所有销售终端做到定人、定域、定点、定线、定期、定时的细致化服务和管理，达到对市场产品销售状况、竞争状况等方面的全面把控，树立公司产品在终端中的竞争优势。

零售终端是实现产品交换价值的场所，惟有零售终端的销售才是真正的销售，渠道的构建是实现这一目的的手段，来自于销售终端的市场信息是最有效的信息。

<<新终端营销一本通>>

编辑推荐

顺应市场营销变革趋势的利器！

营销精英进阶升迁充电的秘籍！

完全本土化颠覆竞争对手的终端营销创新攻略！

第一部深刻影响市场竞争的终端营销征战宝典！

《新终端营销一本通》总结了近年来国内关于终端管理研究的大量文献和作者对终端运作研究的心得，系统解读了终端营销的概念，指出了终端营销当前的误区，并对终端实战进行系统特训，尤其对于终端营销的市场调研、铺货、陈列、导购、包装、传播、促销、管理等的最新进展进行了梳理和剖析

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>