

<<促销经理手册>>

图书基本信息

书名：<<促销经理手册>>

13位ISBN编号：9787801472786

10位ISBN编号：7801472780

出版时间：1999-11

出版时间：企业管理出版社

作者：陈海娟、时莉

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>

## <<促销经理手册>>

### 内容概要

#### 简介

本书第一部分概括介绍促销部门、促销经理的职能及职责。

促销经理是促销队伍的领导者，同时也是管理者。

优秀的促销

队伍能够顺利地完成任务。

第二部分系统概述从促销工作的策划到目标制订、促销执行、控制。

其中加有丰富的案例进行说明。

第三部分谈促销经理的主要职责是组织促销活动，在了解消费者需求的同时也要掌握相关法律、法规。

促销在市场营销中扮演着重要的角色。

它可以帮助企业达

到以下目的。

清理积压产品、维持市场占有率，新产品上市，增

加产品销量（营业额）、抵抗竞争产品。

本书作为促销经理的工

具书之一，以实用为原则系统地讲述了促销在企业中的作用以及促销的策略，针对不同对象提供不同的促销工具。

## <<促销经理手册>>

### 书籍目录

#### 目录

#### 第一部分 促销经理工作的基本认识

##### 第1章 促销部门及促销工作在企业中的定位

###### 1.1 销售促进工作的作用及本质

###### 1.2 促销部门的基本职能与工作范围界定

###### 1.3 促销经理的职业素质及岗位职责

##### 第2章 促销队伍的建设与管理

###### 2.1 促销队伍的结构及设置相关工作

###### 2.2 促销人员的选配及培训

###### 2.3 促销人员的奖惩机制与绩效评估

###### 2.4 促销人员的监控及考核标准

#### 第二部分 促销经理必备的业务知识

##### 第3章 促销策划的基本知识

###### 3.1 总则

###### 3.2 促销策划概述

##### 第4章 促销策划的运作过程

###### 4.1 促销策划的准备

###### 4.2 促销策划的实施步骤

###### 4.3 促销目标的策划与制定

###### 4.4 促销方案的研定

##### 第5章 针对中间商的促销

###### 5.1 中间商促销策划的内容与要点

###### 5.2 中间商促销的主要工具

###### 5.3 针对零售商促销

##### 第6章 针对企业内部员工的促销

###### 6.1 针对全员的促销

###### 6.2 针对促销人员的促销工具

###### 6.3 针对销售人员进行的促销

##### 第7章 针对消费者的促销

###### 7.1 针对消费者促销的工具

###### 7.2 免费样品派送

###### 7.3 优惠促销型工具

###### 7.4 赠品促销

###### 7.5 消费者价格优惠

###### 7.6 产品展示

###### 7.7 直效行销

###### 7.8 服务促销

#### 第三部分 促销评估

##### 第8章 促销活动评估的主要指标与方法

###### 8.1 促销效果评估的种类

###### 8.2 促销活动的费用分析

###### 8.3 促销活动的利润分析

###### 8.4 促销效果评估的基本方法及程序

###### 8.5 促销效果的事前测试



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>