

<<超市营销新思维>>

图书基本信息

书名：<<超市营销新思维>>

13位ISBN编号：9787801479532

10位ISBN编号：780147953X

出版时间：2003-11-1

出版时间：第1版 (2003年1月1日)

作者：赵凡禹

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>

<<超市营销新思维>>

内容概要

超市营销新思维，ISBN：9787801479532，作者：赵凡禹主编

<<超市营销新思维>>

书籍目录

引言第1章 认识超市营销 零售业的三次革命 现代零售特征 超市在零售业的中地位 中国超级市场发展
超市营销战略的创新 专题：沃尔玛的经营扩展战略第2章 超级市场开发策略 超级市场的产业定位 专题
：独树一帜的沃尔玛 开办超市的地理位置调查 商圈分析的内容和步骤 超市商圈设定 超市选址的原则
和程序 选择最佳位置的策略 专题：不同类型超市选址的理想地点第3章 超级市场形象营销策略 超级市
场的店面设计 超级市场的内部设计 商品陈列的原则和技巧 第4章 超级市场促销策略 促销的目的及意
义 专题：沃尔玛的广告战略 超市促销计划 超市促销策略盘点 超市促销预算 促销绩效评估第5章 超级
市场价格营销 商品价格的构成与特征 超市定价的程序与方法 超市定价的策略 超市调价的技巧第6章
超级市场顾客需求营销策略第7章 超级市场品牌营销策略第8章 超级市场公关营销策略第9章 超级市场
发展营销策略第10章 超市营销活动控制与考核

<<超市营销新思维>>

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>