

《超市促销》

图书基本信息

书名：《超市促销》

13位ISBN编号：9787504560995

10位ISBN编号：7504560995

出版时间：2007-3

出版社：商子文 中国劳动社会保障出版社 (2007-03出版)

作者：商子文

页数：197

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《超市促销》

前言

《中华人民共和国劳动法》规定：“从事技术工种的劳动者，上岗前必须经过培训。”国家对相应的职业制定《国家职业标准》，实行职业技能培训。职业技能培训是提高劳动者知识与技能水平、增强劳动者就业能力的有效措施。在社会主义市场经济条件下，劳动者竞争上岗、以贡献定报酬，这种新型的劳动、分配制度，正成为千千万万劳动者努力提高职业技能的动力。实施职业技能培训，教材建设是重要的一环。为适应职业技能培训的迫切需要，推动职业培训教学改革，提高培训质量，中国劳动社会保障出版社会同劳动和社会保障部有关司局，组织有关专家、技术人员和职业培训教学人员编写了职业技能培训系列教材。职业技能培训教材贯彻“求知重能”的原则，在保证知识连贯性的基础上，着眼于技能操作，力求内容浓缩、精练，突出教材的针对性、典型性、实用性。职业技能培训教材供各级培训机构的学员参加培训、考核使用，亦可作为就业培训、再就业培训、企业培训、劳动预备制培训用书，对于各类职业技术学校师生、相关行业技术人员也有较高的参考价值。百年大计，质量第一。编写职业技能培训教材是一项艰巨的探索性工作，不足之处在所难免，恳切欢迎各使用单位和读者提出宝贵意见和建议。

《超市促销》

内容概要

《超市促销》是由劳动和社会保障部教材办公室组织编写的职业技能培训教材，是超市从业人员岗位组合培训教材的操作系列。全书通俗易懂，内容实用，分别介绍了超市促销的目的和作用、超市促销的策划与气氛营造、销售促进、广告促销、人员促销、公共关系促销、服务促销、促销效果评估和促销创意策划等内容。书中还附了一些实用的促销方案可供参考。

《超市促销》

书籍目录

第一章 超市促销概论 (1) 第一节 促销的概念与分类 (1) 第二节 促销的目的和作用 (5) 第二章 超市促销策划与气氛营造 (10) 第一节 超市促销策划流程 (10) 第二节 促销计划制订的原则 (15) 第三节 超市气氛营造 (24) 第三章 销售促进 (31) 第一节 销售促进概述 (31) 第二节 赠券促销 (36) 第三节 打折促销 (42) 第四节 集点优待 (48) 第五节 包装促销 (51) 第六节 有奖促销 (58) 第七节 展示促销 (66) 第八节 会员制促销 (71) 第九节 赠品促销 (79) 第十节 现代促销手段 (92) 第四章 广告促销 (96) 第一节 超市广告概述 (96) 第二节 卖场广告 (POP) (110) 第三节 DM广告 (123) 第五章 其他促销手段 (128) 第一节 人员促销 (128) 第二节 公共关系促销 (139) 第三节 服务促销 (142) 第六章 促销效果评估 (146) 第一节 促销效果评估方法 (146) 第二节 促销效果案例分析 (150) 第七章 促销活动创意策划 (158) 第一节 促销活动方案的制定 (158) 第二节 促销活动创意策划 (186) 附录 印刷品广告管理暂行办法 (193) 参考文献 (197)

《超市促销》

章节摘录

插图：3.通过店内广播传达折扣信息超市在举行促销活动时，店内广播起着非常重要的信息传达作用，它可以运用在各种促销策略中。通过店内广播传达折扣信息，要注意告知顾客折价的幅度、商品种类、商品存放位置、打折的条件以及其他重要事项。4.买一送一买一送一是指对购买数量在两个以上的商品开展折价促销，比如“买一送一”“买二送三”等，这种方式的实质也是一种打折促销。它目前在超市中运用得较为广泛，深受消费者的喜爱，并能吸引消费者积极参与。二、打折促销的策划由于打折促销的时效性、花费成本及促销品的生产等差异性很大，所以超市在运用时要灵活掌握，具体来说，要注意以下几方面的问题：1.计划的制订举办打折促销往往需要全盘考虑、相互协调及多方配合。特别是在包装上均须清楚地标明金额，而且应简单明了。实践证明，越复杂的打折促销，越难引起消费者的兴趣，效果也越差。

《超市促销》

编辑推荐

《超市促销》可供职业学校、企业在职培训及自学使用。

《超市促销》

精彩短评

1、不是特别实用，但是内容确实比较详细。

《超市促销》

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:www.tushu000.com