

2007年度全国同等学力辅导市场营销复习十 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/107/2021_2022_2007_E5_B9_B4_E5_BA_A6_c69_107725.htm

第四节 销售促进策略. 『销售促进的概念』 P574 是指企业除了人员推销、广告、宣传以外的、刺激消费者购买和经销商效益的个中市场营销活动。例如，陈列、演出、展览会、示范表演以及其他推销努力。

销售促进的分类 P574 针对性促销工具 举例 消费者市场 样品、折价券、以旧换新、减价、赠奖、竞赛、商品示范等 产业市场 折扣、赠品、特殊服务等 中间商 购买折让、免费货品、商品推广津贴、合作广告、推销金、经销商销售竞赛等 推销人员 红利、竞赛、销售集会 第五节 宣传策略. 『宣传的概念』 P575 是指发起者无需花钱，在某种出版媒体上发布重要商业新闻，或者在广播、电视中和银幕、舞台上获得有利的报道、展示、演出，用这种非人员形式来刺激目标顾客对某种产品、服务或商业单位的需求。

宣传的重要促销作用 P575 1 . 卖主可以利用宣传介绍新产品、新品牌，从而打开市场销路； 2 . 当某产品的市场需求和销售下降时，买主可利用宣传来恢复人们对该产品的兴趣，增加需求和销售； 3 . 知名度低的企业可以利用宣传引起人们的注意，提高其知名度； 4 . 公司形象欠佳的企业可以利用宣传来改善形象； 5 . 国家也可以利用宣传来改善国家形象，吸引更多的外国观光者和外国资本，或争取国际支援。

宣传的优势 P575 1 . 高度真实性 2 . 没有防御 3 . 戏剧化表现 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com