

2007年度全国同等学力辅导市场营销复习九 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_107732.htm 第九章 促销策略 第一节 促销组合决策。『促销组合的概念』P559是指企业根据促销的需要，对『广告』、『销售促销』、『宣传』与『人员推销』等促销方式进行的适当选择和综合编配。·影响促销组合决策的因素（论述）P560 1. 产品类型 2. 推式与拉式策略 a) 推式策略是指利用推销人员与中间商促销将产品推入渠道。b) 拉式策略是指企业针对最后消费者，花费大量的资金从事广告及消费者促销活动，以增进产品的需求。 3. 促销目标 4. 产品生命周期 介绍期和成熟期：促销 成长期：人员推销 5. 经济前景 第二节 广告策略。『广告的定义』P562 是由明确的发起者以公开支付费用的做法，以非人员的任何形式，对产品、服务或某项行动的意见和想法等的介绍。·确定广告预算的方法 P562 1. 量力而行法 2. 销售百分比法 3. 竞争对等法 4. 目标任务法 步骤：明确地确定广告目标 ú 决定为达到这种目标而必须执行的工作任务估算执行种种工作任务所需的各种费用·广告媒体的选择（简答、选择）P565 1. 目标受众的媒体习惯 2. 产品特性 3. 信息类型 4. 成本 第三节 人员推销策略。『人员推销的概念』P567 是指企业通过派出销售人员与一个或一个以上可能成为购买者的人交谈，作口头陈述，以推销商品，促进和扩大销售，也就是销售人员帮助和说服购买者购买某种商品或劳务的过程。·销售人员的工作任务（选择）P567 1. 积极寻找和发现更多的可能的顾客和潜在顾客； 2. 把关于企业产品和服务方面的信息传

送给现有及潜在的顾客；3. 运用推销技术（包括接近顾客、展示产品、回答异议、结束销售等），千方百计推销产品；4. 向顾客提供各种服务，如向顾客提供咨询服务、帮助解决某些技术问题、安排资、催促加快办理交货等；5. 经常向企业报告访问推销活动情况，并进行市场调查和收集市场情报。

·人员销售的特点（简答、选择）P568

1. 注重人际关系，有利于顾客同销售人员之间建立友谊；
2. 具有较大的灵活性；
3. 与广告相比，其针对性强，无效劳动较少；
4. 大多数情况下能实现潜在交换，造成实际销售；
5. 有利于企业了解市场，提高决策水平；
6. 经常用于竞争激烈的情况，也适用与推销那些价格昂贵和性能复杂的商品。

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