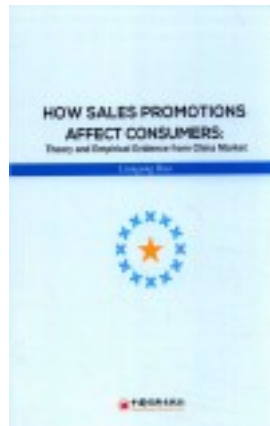


销售促进如何影响消费者 理论与来自中国市场的实证证据 英文



作者：郝辽钢著

出版社：北京：中国经济出版社

出版日期：2015.09

总页数：183

介绍：销售促进是一类重要的营销策略。近年来，销售促进越来越被重视，被越来越多的营销者视为刺激销售的有效方式。但是，与其他营销策略相比，销售促进研究领域仍然存在着较大的研究空白，特别是销售促进的前导变量与结果变量。同时，针对中国消费者消费模式及其对销售促进的反应过程的实证研究在现有文献中也比较少。本书包括了关于销售促进的理论分析以及中国市场消费者的实证分析数项研究论文成果，可以填补现有相关研究领域的不足。

说明：登录教客网 (<https://www.jiaokey.com/book/detail/13859900.html>) 查找全本阅读方式

销售促进如何影响消费者 理论与来自中国市场的实证证据 英文 评论地址：

<https://www.jiaokey.com/book/detail/13859900.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/13859900.html>

书名：销售促进如何影响消费者 理论与来自中国市场的实证证据 英文