

科技进步理论与管理

终端营销模式的兴起与创新

欧阳大元,白玉

武汉理工大学校长办公室,武汉理工大学管理学院 湖北武汉430070

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 终端营销是直接针对消费者而进行的各种销售或宣传活动。以丝宝成功的营销模式为例,分析了终端营销兴起的原因、必要性和必然性,阐述了企业在市场营销中不断调整适合自身特点的营销策略的重要意义。

关键词 [市场营销](#) [终端营销](#) [营销策略](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2005-06-043](#)

通讯作者:

欧阳大元

作者个人主页: [欧阳大元;白玉](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(118KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“市场营销”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [欧阳大元](#)
 - [白玉](#)

